Mauro Munafö

FAK E NEWS

HATERI SI CYBERBULLYING*

CUI SERVESC SI CUM SĂ TE FEREŞTI*

Ilustraţii de Marta Pantaleo

Mauro Munafo

FAK E NEWS

HATERI SI CYBERBULLYING

CUI SERVESC SI CUM SA TE FERESTI

Ilustratii de Marta Pantaleo

Pentru micul Massimo, pentru că ştie întotdeauna să recunoa scă adevărul.
li mulţumesc Lat ei că l-a învăţat ce e ste adevărul l-a reiarătat. l-a corectat, i l-a sugerat şi l-a adaptat.

INTRODUCERE

„Pe termen lung, oportunităţile oferite de internet ii pun laturile negative intr-un eon de umbră. Fără să ignorăm aeest fapt, trebuie să înfruntăm câteva dintre problemele care decurg de aici.” Cu aceste cuvinte începe cel mai recent raport al UNESCO referitor la discursul care instigă la ura din mediul virtual. Şi aceasta a fost abordarea mea când am scris cartea pe care o citeşti acum.

Nu suntem aici ca să demonizăm tehnologia care ne-a revoluţionai modul de viaţă şi care ne oferă zilnic posibilitatea să accesăm cunoştinţe de neimaginat până acum câţiva ani. În acest moment, le avem la îndemână din casa noastră şi de pe un simplu smarlphonc. Nu vei cili în paginile care urmează o nostalgic a timpurilor trecute. Nu vei suporta filipice „nco-ludice” despre cât de mult rău ne provoacă tehnologiile recente.

Să începi o carte cu o listă de lucruri pe care nu le conţine este un mod cam bizar de prezentare. Şi totuşi, în acest caz este necesar să îndepărtăm orice urmă de ambiguitate. La începutul anilor '90, inventatorul englez Tini Bcrncrs-Lcc, cercetător al laboratorului de fizică nucleară din Geneva, a hotărât să pună la dispoziţia întregii lumi proiectul la care lucrase până în aed moment – internetül. Reţeaua pe care navigam astăzi şi pe care o folosim pentru site-uri şi reţele de socializare s-a născut, aşadar, într-un mediu ştiinţific, ca ₅

mijloc de transmitere a informaţiilor şi cunoştinţelor. Primii 20 de ani de existenţă. într-un mod asemănător primilor ani de existenţă ai unei persoane, au fost plini de entuziasm, optimism, uimire şi, în anumite feluri. de iluzii. Până la sfârşitul anilor 2010, când webul „s-a maturizat", o mare parte dintre utilizatori l-au privit drept tehnologia care ar li rezolvat multele probleme ale umanităţii. Riscurile asociate acestuia au fost subestimate, analizate precum cazuri izolate, reduse la statutul de preocupări excesive. în ultima perioadă, a „maturizării" instrumentului care a atins deja 30 de ani de existentă, ne-a fost revelată o faţetă diferită a tehnologiei, plină de griji, frici şi semnale de alarmă care vesteau apariţia şi răspândirea pe web a unor fenomene aparte.

în cartea pe care urmează să o citeşti. îmi doresc să examinez prin informaţii, dale, studii şi fapte anumite laturi mai obscure ale reţelei. Voi încerca să extind înţelegerea fenomenelor mai periculoase care apar în reţea şi voi indica soluţii pentru obţinerea unei opoziţii-chiar şi prin propriul exemplu-faţă de dinamieile actuale deja înrădăcinate şi scăpate de sub control. Această înţelegere va contribui astfel la îmbunătăţirea mediului digital.

Fake news. minciunile, legendele urbane şi teoriile conspiraţiei au devenit în ultimii ani, prin intermediul difuzării pe reţelele de socializare precum Faccbook şi Twitter, argumente centrale ale dezbaterilor publice într-o asemenea măsură, încât sunt considerate un pericol pentru principiile democraţiei. Această îngrijorare nu este lipsită de

motivaţii; în spatele multora dintre fake news care ajung pe profilul nostru sau pe WhatsApp există, de fapt, campanii de propagandă şi întregi echipe formate şi plătite pentru a le propaga cu intenţia favorizării unui partid politic sau a destabilizării unei naţiuni. Există şi

oameni fără scrupule, interesaţi să facă bani pe spinarea aproapelui, chiar şi cu preţul sănătăţii semenilor. Nu se lasă mai prejos nici daunele cauzale de discursurile care instigă la ură şi de intimidările provocate de *hateriş* utilizatori care folosesc reţelele de socializare ea să emită cele mai rele insulte şi ameninţări pe motive rasiale, sexuale şi politice. Se ajunge până la persecuţii prin intermediul cybcrbiillying-ului. o realitate cu care sunt nevoiii să se confrunte elevii şi tinerii

din întreaga lume.

Toate fenomenele despre care am vorbit nu s-au născut odată eu internetül, insă exploatează posibilităţile pe care acesta le oferă pentru a ajunge la un nou nivel de periculozitate. Instituţiile, forţele de ordine şi chiar platformele de socializare răspund la aceste atacuri, uneori eu o întârziere nepermisă, prin diferite măsuri. Modul cel mai sigur de a înfrunta partea întunecată a reţelei este să o cunoaştem în profunzime, pentru că trebuie să ştim cum să reacţionăm singuri în fata ei. Chiar acesta este obiectivul

meu în cartea de fată.

3

„*O* MINCIUNĂ
POATE SĂ FACĂ
ÎNCONJURUL LUMII
ÎNAINTE CA ADEVĂRUL
SĂ APUCE SĂ IASĂ
LA IVEALĂ."

UCAZ* oure *NU* A MQ3MM BOS71M NI O Of MAffiC TWAIN. NICI Of WBVSJL-VJ **CHUKOML A ABA*;iNţ < W ZONA/HAN SW»T, CU* fN MEDIUI ONTINE A FOST AffiIHUIrA GWŞIf MWTQT JW5OMAJE ISTOHCf**

„CRED CU TĂRIE ÎN OAMENI. DACĂ LI SE PREZINTĂ ADEVĂRUL, POŢI AVEA ÎNCREDERE CĂ VOR FACE FATĂ ORICĂREI CRIZE NAŢIONALE,

r

CEL MAI IMPORTANT ESTE SĂ LE ÎNFĂŢIŞEZI FAPTE

r r

REALE/[7]

ABRAHAM LINCOLN, AL ŞAISPREZECELEA PREŞEDINTE AL STATELOR UNITE ALE AMERICII

ARBEIT MACHT FREI
PROTOCOALELE
ÎNȚELEPȚILOR
SIONULUI

CAPITOLUL 1

DE LA GRECIA ANTICĂ LA

HITLER

CÂT DE VECHI ESTE PRIMUL FAKE NEWS!

Primul fake news pe care trebuie să il dezmintim este că nu existau fake news înainte de răspândirea lor pe internei şi pe reţelele de socializare. Apariţia şi răspândirea informaţiilor false sau înşelătoare şi propaganda se numără printre cele mai folosite arme prin intermediul cărora oamenii obţin voturi şi ajung la un consens, declanşează sau schimbă cursul războiului în favoarea lor. în frâng adversarii sau se îmbogăţesc. Odată cu evoluţia tehnologici, s-au schimbat instrumentele de propagare a informaţiilor – de la scrisori la ziare, de la radio la TV, până la web şi smartphonc-urilc din zilele noastre. Cu toate acestea, esenţa nu s-a schimbat niciodată.

Există numeroase exemple de[5] minciuni istorice. În anul 300

î.H., filozoful grec Teofrasi din Eres, discipolul lui Aristolcl. ne vorbeşte în *Caracterele* sale despre „plăsmuitorul de ştiri” şi despre tehnica lui: „Plăsmuirea este o înşirate de vorbe şi fapte închipuite, pe care plăsmuilorul vrea să le treacă drept adevărate. [...] Iar dacă-l întrebi: «Şi vezi una ca asta?» «Cum nu, dacă-i adevărată?» iţi răspunde îndată. Căci toii ţipă în oraş, că vestea se lăţeşte în toate părţile; că toţi – dar absolut toţi – sunt de aceeaşi părere.”’ În Roma antică. Octavian Augustus a împrăştiat bârfe despre rivalul său ca să obţină sprijinul populaţiei în goana lui după putere. Ele îl înfăţişau pe Marcus Antonius ca pe un alcoolic incapabil să judece din cauza obsesiei pentru Cleopatra.
În Evul Mediu apare *Donaţia lui Constantin,* un document falsificat folosit secole la rând de Biserica Catolică. Este vorba despre un document care susţine că împăratul roman i-a transferat Papei în secolul al IV-Ica d.H. autoritatea faţade biserică, teritorii şi proprietăţi din Europa şi Orient. „Donaţia”, probabil inventată la sfârşitul secolului al \ 111-lea, a fost folosită de Biserică pentru legitimarea puterii temporale a Sfântului Scaun şi a fost menţionată chiar de Dante în *Divina Comedie.* Autenticitatea i-a fost contestată abia la jumătatea secolului al XV-lea, nu înainte ca Papa să justifice cu ajutorul ci intervenţia în chestiunea care privea descoperirea Amcricii de la sfârşitul aceluiaşi secol.

Fakc news îşi fac apariţia şi din raţiuni economice. Asta s-a întâmplat la aflarea veştii despre moartea lui Napoleon din 1814, a cărei răspândire a condus la mari speculaţii financiare la Bursa de Valori din Londra. Acelaşi lucru s-a

întâmplat la presupusa descoperire a vieţii pe Lună, la mijlocul secolului al XlX-lca, când un anunţ dintr-un periodic vâna creşterea vânzărilor.

* Tcofrast, *Caracterele,* traducere din clină de C. Fedeleş. Casa Şcoalclor. 1943. p. 12. (;V. *trad.)*

Ah, ziarele. O mare parte dintre fake news s-au născut la New York la începutul secolului al XX-lea, atunci când ziarele apelau la ştirile inventate şi la titlurile şocante în competiţia pentru vânzări şi cititori. Vestea adevăratei scufundări a navei de război *USS Maine* pe coasta Havanei în 1898 a fost pusă Iară ezitare pe scama unui atac cu torpile lansat de o navă spaniolă. Ziarele au contribuit la înrăutăţirea atmosferei dintre cele două naţiuni, astfel încât, la câteva luni după eveniment, a izbucnit Războiul hispano-amcrican. Studii ulterioare au scos la iveală cauza scufundării navei *Maine*- o mină sau o explozie internă.

Ne apropiem de prezent. Zorii secolului al XX-lea au cunoscut o diseminare a *Protocoalelor înţelepţilor Sionului,* un document în care nişte presupuşi evrei bătrâni descriu metode de preluare a puterii prin intermediul presei, economici şi guvernării. A fost un fals, probabil executat de poliţia secretă la ordinele ţarului, dar a devenit repede cunoscut, mai ales în rândul mişcării antisemite din Europa şi din restul lumii, având un rol major în propaganda lui Adolf Hitler din Germania nazistă. Existenţa acestei aşa-numilc strategii evreieşti de dominare a lumii a pătruns în conştiinţa publică de-a lungul secolului al XX-lea, devenind întâi o scuză pentru legile rasiale, apoi pentru apariţia lagărelor de concentrare. Se estimează că soluţia finală a dus la moartea a şase milioane de evrei. Acest document fals circulă până şi astăzi online şi în grupările de extrema dreaptă sau în cele islamiste, instigând la ură şi la vărsare de sânge.

PREMIILE NOBEL, NĂSCUTE DINTR-O EROARE

Fake news conduc uneori la rezultate pozitive. În luna aprilie a anului 1888, un ziar franţuzesc a publicat un articol virulent despre moartea inventatorului Alfred Nobel, pe care jurnalistul l-a poreclit „negustorul morţii”, pentru că se îmbogăţise „găsind o metodă să omoare o mulţime de oameni în cel mai scurt timp”. De fapt, la mijloc a fost o neînţelegere: omul care murise era Ludwig Nobel, fratele lui Alfred. În orice caz. articolul a avut un impact extraordinar asupra omului de ştiinţă, care devenise cunoscut în toată lumea pentru inventarea dinamitei şi balistilei, compuşi folosiţi în construcţii, minerit şi, nu în ultimul rând, în industria militară şi în producţia armelor. Din frica de a rămâne în amintirea generaţiilor viitoare drept tiran războinic, Nobel şi-a schimbat testamentul, lăsând moştenire întreaga lui avere instituţiei care astăzi poartă numele de Premiile Nobel. Aceasta este cea mai prestigioasă formă de recunoaştere a meritelor celor care lucrează în fizică, medicină, chimie, economie, literatură şi a celor care au contribuit semnificativ la promovarea păcii. Premiile Nobel sunt acordate anual la Stockholm şi Oslo şi sunt înmânate alături de un cec de 800000 de curo.

CAPITOLUL 2

APARIŢIA TREPTATĂ Â FAKE

NEWS

DESPRE CE VORBIM CANE VORBIM DESPRE FAKE NEV ŞI DE CE NU SUNT TOATE ' ACELAŞI LUCRU?

În prezent, 4,5 miliarde de oameni au aeees la internei. Mai mult de 2,4 miliarde dintre aceştia folosesc Faccbook cel puţin o dată pe lună, 2 miliarde accesează YouTubc, 1 miliard se loghează pe Instagram şi 300 de milioane folosesc Twitter, din- ir-un total de aproximativ 3,5 miliarde de utilizatori activi pe reţelele de socializare. La aceştia se adaugă şi 1.6 miliarde de oameni care folosesc WhatsApp şi peste 1 miliard care utilizează Faccbook Mcsscnger.

Am mai putea adăuga numere şi statistici, insă probabil ţi-ai făcut deja o imagine: nu am fost niciodată de-a lungul istorici capabili să comunicăm instantaneu cu atât de mulţi oameni, atât de uşor şi de repede. Internetül a transformat ideea de transmitere a mesajelor. Intr-un timp relativ scurt, am

ajuns de la supremaţia „modelului de difuzare” din televiziuni, radio şi presă – în care un singur centru de informare comunică un mesaj către o masă de oameni care aleg dacă să il primească sau nu – la naşterea „modelului de reţea”, în care fiecare persoană este un nod. putând primi şi crea mesaje şi informaţii pentru alţi utilizatori. Lipsa de mediere le oferă utilizatorilor oportunităţi fără precedent în privinţa accesului la informaţie şi la distribuirea ci simultan. Dar acest fapt le oferă mijloace de manipulare şi celor cu ţeluri mai puţin onorabile. Fakc news se numără printre aceste mijloace.

> Discuţia despre ştirile false a devenit mai populară în prezent, reuşind adeseori să provoace generalizări care au transformat chiar noţiunea de fakc news într-o „amestecătură” de elemente eterogene. Să facem, aşadar, un pas în spate. Fakc news sunt nişte informaţii false sau poveşti răspândite cu diferite scopuri, prin tehnici de mediatizare noi sau tradiţionale. Nu există un singur lip de fakc news – de-a lungul anilor, comunitatea ştiinţifică a reuşit să stabilească diferite criterii şi etichete eu ajutorul cărora să identificăm „nivelurile” de falsitate a unei ştiri. Una dintre cele mai titrate clasificări este cea teoretizată de Claire Wardlc, directoarea organizaţiei nonproiit First Draft, din Statele Unite ale Amcricii. Wardlc susţine că ar fi
>
> mai bine să vorbim despre „dezordinea informativă”[3] decât despre fakc news şi propune următorii termeni: *mis-infoimaiiotr di s-informat ion* şi *ma (-information.*

Mis-information apare atunci când ştirile false sunt create neintenţionat. probabil de o neînţelegere sau de graba exagerată – gândcştc-te la ştirile care se adună în timpul evenimentelor tragice precum atacurile teroriste, dezvăluind informaţii despre posibilii vinovaţi sau despre desiasurarea evenimentelor, care ulterior se dovedesc false.

Dis-information descrie, în schimb, declaraţii complet false, create ca să afecteze oameni, organizaţii sau ţări: un exemplu este ştirea falsă care a circulat despre Barack Obama şi despre naşterea lui în Africa. Asta ar fi însemnat că alegerea lui ca preşedinte al Statelor Unite nu a fost legitimă, o teză încurajată la început şi de viitorul preşedinte Donald Trump.

În cele din urmă, *mal-information* desemnează informaţiile reale popularizate cu scopul de a dăuna imaginii cuiva – asta se întâmplă în momentul în care documente private sau fotografii ale unui candidat sunt făcute publice în preajma alegerilor.

Studiile au identificat şi reţeta perfectă pentru crearea unui fake news de succes. În primul rând, trebuie să stârnească un răspuns emoţional – să inspire imediat furie, ură. dragoste, încurajând reacţii pe reţelele de socializare, precum un *like* sau un *share,* care să înlesnească mai apoi răspândirea ştirii respective. În al doilea rând, trebuie să aibă o componentă vizuală puternică: creierul nostru înţelege imagini mult mai repede decât texte scrise. Aşadar, ca să lie perfecte, fake news trebuie să conţină imaginea potrivită, însoţită de cea mai redusă combinaţie de cuvinte, atâta timp cât cuvintele sunt incisive (dacă ne gândim la //?r///e-uri). În cele din urmă, povestea trebuie să fie puternică şi repetată la nesfârşit. *Repetita invant* a fost modul în care romanii au explicat importanţa repetiţiei ideilor până la asimilarea acestora. În urmă cu două mii de ani. ei găsiseră deja toate soluţiile.

ERA POST-TRUTH

Răspândirea fake news a schimbat radical atât dezbaterile publice, cât şi procesul prin care ajungem să luăm hotărâri. În comparaţie cu ştirile care apelează la emoţii şi convingeri, importanţa faptelor cade pe locul doi. Nu contează dacă o anumită informaţie este adevărată sau nu – atâta timp cât ne confirmă ideile, o să pară credibilă.

Termenul de *post-inuh* a fost inventat ca să descrie aceste situaţii eminamente noi. Expresia a apărut prima dată în anii '90, însă a intrat în vocabularul general mult mai recent, astfel încât în anul 2016 a fost desemnat de Oxford Diclionaries cuvântul anului. *Posl-muh* se aplică în multe domenii de activitate. Este întâlnit cel mai des în politică: termenul a atins apogeul în anul referendumului Brcxit şi alegerii lui Donald Trump la preşedinţia Statelor Unite, atunci când fakc news au acaparat atenţia multor campanii şi buletine informative, iar informaţiile răspândite astfel au ajuns la sule de mii de oameni. La fel de periculoase sunt efectele ştirilor false în domeniul medical, acolo unde se răspândesc leacuri deloc ştiinţifice şi potenţial riscante.

fe01018818
001W
1001V
100101K
«1000 01*
1110011
101001
811188
a?a
181f / 18
80 11188 11188
1^101001010010HM
ahjH0 8 0 010 0 0
010 0 A , ,-ftkl 18
fe01110
0100101
ee
00101001010010100101^^
>10000100001000010#
>11100111001110011/
01010010V«101>
10
0010100101
4110011100
1
01010010100
01110
b
01010
0
000A
M
110(l'
01E,
9 s
gf^Tie
e
»1001010«
111100111
I$00&10l ,01110011
/0010100Ü
ai0ï»t^;
0 000SMfl
hieeirieefW
10010100101T
fcill 180
£10011
Í010010.
>001003
1001111
^00001001
X1111001J
400100lâãâB ui00iyfl
j 10100
410011107 B
10100101001 V
•^10011100 V
/LeeieieeiPi
'.•-t W 88
81888 8
-^00 010.
0011100JÉ 1001018«
11111001110
0

CAPITOLUL 3

SĂ DĂM CĂRŢILE PE

r

FATA

CINE ARE DE CÂŞTIGAT DE PE URMA INVENTĂRII FAKE NEWS

Dacă faci o plimbare pe străzile micului oraş Veles. din Macedonia de Nord, o urbe cu o populaţie de aproximativ 50000 de locuitori, iţi trec prin minte multe lucruri, dar nu şi faptul că te afli în una dintre capitalele mondiale ale ştirilor false. Da. în acest mic stal balcanic există una dintre „fabricile” de fake news în limba engleză, care expediază astfel de informaţii pentru jumătate de glob prin intermediul Facebookultii. Aproximativ 100 de site-uri administrate din acest loc, cu nume asemănătoare titlurilor reale din ziare, ascund adevărate portaluri pline de poveşti inventate, create pe loc ca să atragă atenţia cititorilor occidentali şi dedicate mai ales politicii. Tot acest efort are un singur ţel –

obţinerea banilor.

Aceste site-uri de fake news adăpostesc reclame care, cu fiecare clic obţinut, generează un câştig pentru cel care administrează pagina. Nu putem vorbi despre încasări uriaşe, cel puţin pentru ţările occidentale. Aşadar, nu e de mirare că „fabricile", de cele mai multe ori administrate de echipe mici de tineri, se răspândesc în ţâri precum Macedonia de Nord, în care salariul minim pe economic ajunge la o valoare de doar 400 de dolari pe lună.

Conform unei investigaţii făcute de CNN, cel puţin 100 de site-uri au fost active de-a lungul ultimelor alegeri prezidenţiale americane, un moment în care vizibilitatea ştirilor politice atinsese cel mai înalt punct. Cu titluri precum „Papa Francisc îl susţine pe Trump în lupta pentru preşe-dinţie" sau „Michelle Obama este una dintre cele mai vulgare femei pe care le-am văzut vreodată, susţine Mike Pence", portalurile digitale au general sute de mii de interacţiuni pe reţelele de socializare şi tot atâtea clicuri. Unul dintre antreprenorii care se ocupă de fake news a declarat pentru CNN că arc 15 angajaţi şi că încasează peste 2000 de dolari pe zi, în special de pe urma ştirilor favorabile lui I)onald Trump, care atrag mai multe accesări decât cele obişnuite.

Cazul macedonean este doar cel mai vizibil punct al unei afaceri populare în întreaga lume. În fiecare ţară există site-uri şi reţele care vând minciuni ca să atragă clicuri: să deschizi un astfel de business costă puţin şi îl poţi administra chiar şi singur. Pentru că vorbim despre o industrie ilegală, nu ne este uşor să definim cu exactitate valoarea sa. O estimare făcută de Global Disinformation Index vorbeşte despre cum 20000 de site-uri din întreaga lume au încasat în ultimul an nici mai mult, nici mai puţin de 235 de milioane de dolari.

Celălalt marc producător de fake news este propaganda politică organizată. Partidele, regimurile şi serviciile de informaţii se numără printre cei mai implicaţi finanţatori ai producţiei de ştiri false, fabricate ca să destabilizeze ţările rivale, să discrediteze adversarii politici şi să distragă atenţia publicului de la adevăratele probleme. Potrivit unui raport făcut

public de ()xford Internei Institute din 20 19, avem dovezi ale existenţei unor formaţiuni cibernetice antrenate de partide şi de instituţii publice în cel puţin 60 de ţări din lume, fie ele de partea democraţiilor, fie guvernate de regimuri autoritare.

Exemplul cel mai interesant vine din Rusia. Operaţiunile menite să dezinformeze, pornite de serviciile de informaţii de la Kremlin, au început pe vremea Uniunii Sovietice, iar revoluţia digitală nu a întrerupt aceste practici, ci dimpotrivă. În anii 2000, deja se găseau dovezi ale existenţei unor persoane antrenate să „invadeze" Hiaturile cu propagandă; apariţia reţelelor de socializare doar a dus la extremă aceste tipuri de acţiuni. O societate cu sediul central la Sankt Pctersburg. Internei Rcscarch Agency (IRA), a devenit studiu de caz. Activă începând cu anul 2013, IRA s-a mobilizat să influenţeze principalele campanii electorale internaţionale: a creat astfel locuri de muncă pentru cel puţin 600 de persoane şi a cheltuit aproximativ 35 de milioane de dolari doar ca să intervină şi să dezechilibreze alegerile prezidenţiale americane din 2016. În decurs de trei ani, peste 30 de milioane de americani au inlcracţional cu fabricaţiile IRA: ştiri inventate, sloganuri false, poveşti create ca să împartă în tabere electoratul, ca să descurajeze minorităţile să meargă la vot şi să stimuleze elementele din extrema dreaptă.

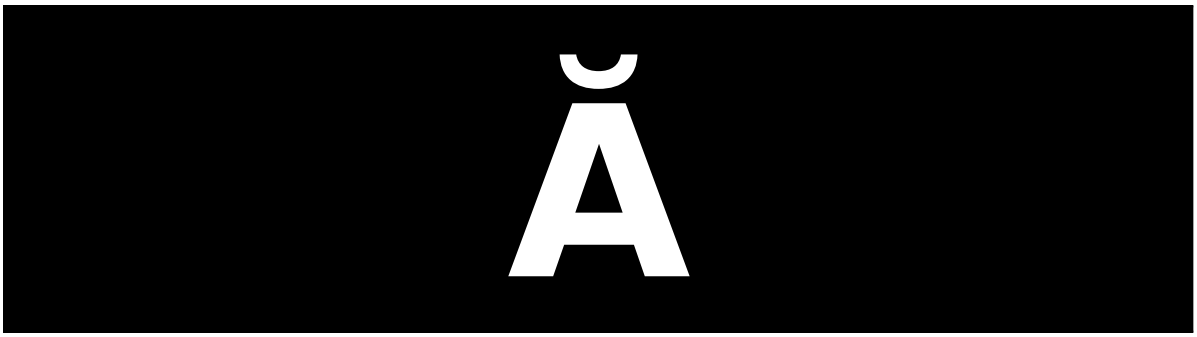
Nici măcar Uniunea Europeană nu este imună la propaganda rusofilă: baza de date a East StratCom Task Force, echipă creată de UE ca să monitorizeze dezinformarea, a listat mai bine de 8 500 de cazuri de propagandă iniţiată de Kremlin şi răspândită prin intermediul reţelelor de socializare din Europa.

LA NAIBA CU SATIRA

În spatele unui fakc news nu există întotdeauna o campanie defăimătoare sau o organizaţie – uneori este de ajuns o simplă neînţelegere. Să luăm drept exemplu următorul titlu: „Kim jong-un a fost desemnat cel mai sexy bărbat de pe pământ.” Această ştire referitoare la conducătorul nord-coreean nu este adevărată. Şi totuşi, nu poate li catalogată nici ca fakc news. Este vorba doar despre un articol satiric scris de sitc-ul american *The Onion.* Din păcate, ironia nu a fost înţeleasă de toată lumea, iar cotidianul oficial al Partidului Comunist Chinez – în vederea unei alianţe a Chinei şi Coreei de Nord – chiar a întărit veridicitatea acestei ştiri, alăturându-i o galerie cu fotografiile presupusului tiran şarmant. Acest episod poate li folosit ca să ilustreze un fenomen întâlnit adesea în strânsă legătură cu fakc news: satirele şi articolele ironice. Site-urilc dedicate acestei forme de scriitură comică sunt de ordinul sutelor, iar nivelul lor de comic se bazează pe imitaţia formei articolelor şi titlurilor de jurnale mai serioase. Din păcate, nu toţi prind din zbor ironiile, iar reţelele de socializare agravează situaţia: dacă găseşti pe smartphone un titlu suprarealist, dar care are o formă credibilă, îl trimiţi mai departe măcar unui prieten, care ar putea crede că ştirea primită este adevărată. Un studiu din Statele Unite a demonstrat că. în faţa titlurilor satirice, un număr marc de oameni (circa 10-28%) vor crede că ştirea văzută este, în mod cert, adevărată. Aşadar, nu prea mai există loc de glumă.

CAPITOLUL 4

PROPAGANDĂ SI POLITIC


Ă

AŞA SUNT FOLOSITE ' MINCIUNILE ÎN CAMPANIILE ELECTORALE

Politicienii nu au fost niciodată faimoşi pentru aplecarea lor către adevăr. Promisiunile imposibil de îndeplinit şi folosirea propagandei în scopuri electorale sunt strategii utilizate de candidaţi şi aleşi din toate colţurile lumii. Nu pol deci să fiu surprins că folosirea repetată de fake news şi dezinformarea sunt unele dintre numeroasele instrumente implicate în comunicarea politică.

În timpul referendumului Brexit din 2016 – votul pentru ieşirea Regalului Unit din Uniunea Europeană-, unid dintre cele mai cunoscute sloganuri ale politicii *leave* (de plecare) spunea: „Acordăm săptămânal suma de 350 de milioane de lire sterline Uniunii Europene. Să îi folosim, în schimb, pentru serviciile sanitare naţionale.” Acest mesaj

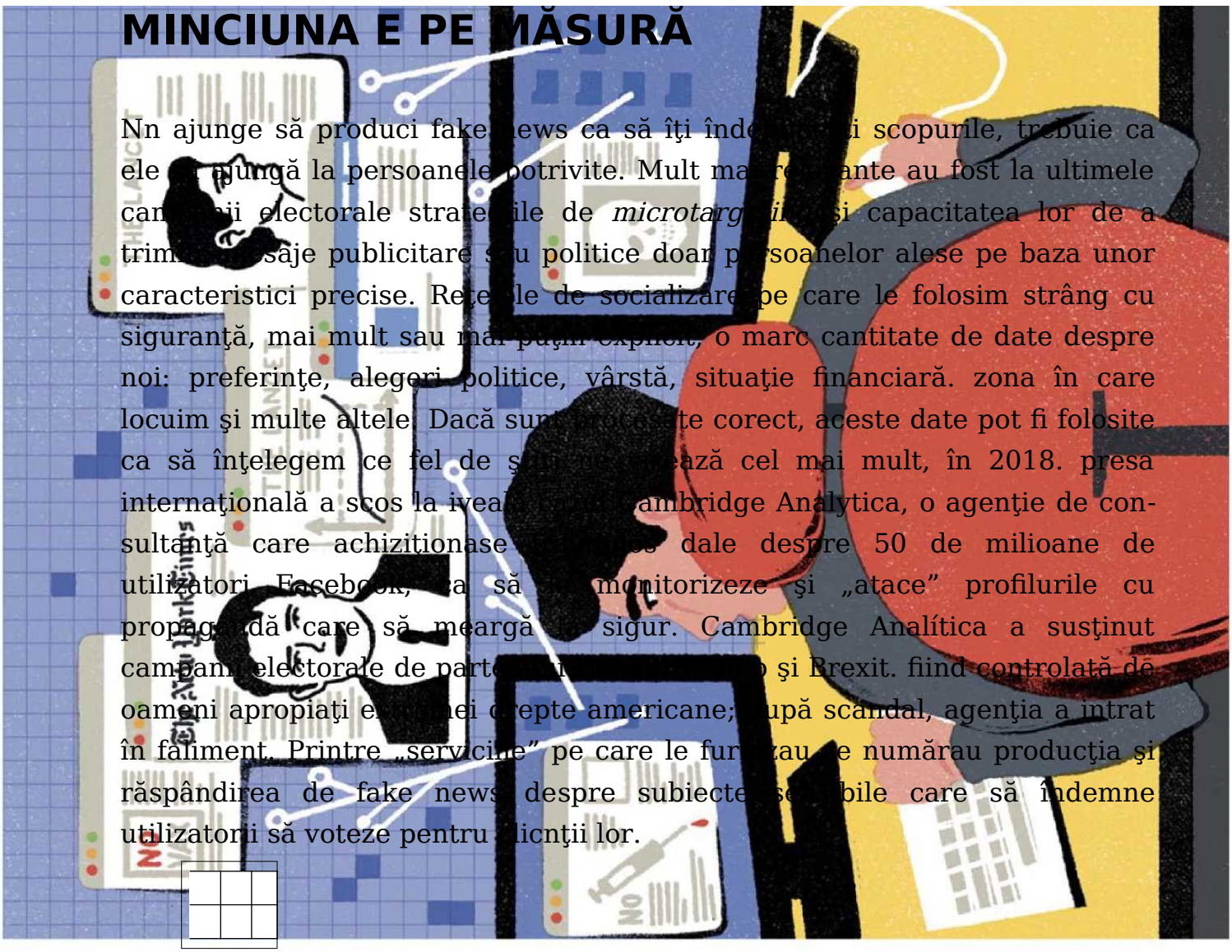
imprimat cu majuscule pe autobuzele care au făcut ocolul ţării a fost difuzat în fiecare transmisiune televizată şi a lacul textul unei reclame lansate pe reţelele de socializare. Singura problemă ar fi că este o minciună: Regalul linii nu plăteşte acea sumă săptămânal către UE, ci 250 de milioane de lire sterline. O parte importantă din aceşti bani le sunt restituid apoi cetăţenilor care accesează fonduri europene. Pe lângă faptul că este greşită suma, e aproape imposibil să afirmi că fondurile economisite ar putea li folosite de serviciul sanitar naţional, mai ales fiindcă ieşirea din Uniunea Europeană presupune cheltuieli care anulează economiile. Potrivit mai multor analize. Brexitul riscă să aibă consecinţe nefaste asupra economici – atât de rele, încât să diminueze creşterea economică, deci şi capacitatea ţării de a finanţa serviciile publice, inclusiv când vine vorba despre cele sanitare. În ciuda acestor „minciuni”, un sondaj pornit de universitatea King’s College din Londra în 2018, la doi ani după vot, a demonstrat că 42% dintre oameni cred până şi astăzi că afirmaţia este adevărată.

În Europa apar mereu cazuri care implică dezinformare cu scopuri politice. În Franţa, exact cu două zile înainte de alegerile prezidenţiale din 2017, au fost alísale în mediul online 20 000 de e-mailuri strict secrete (o parte adevărate, o parte false) ale cabinetului lui Emmanucl Macron. cu scopul de a modifica rezultatul la urne. În Italia, Mişcarea Cinci Stele, cel mai votat partid la alegerile din 2018, a promovat ani la rând pe paginile oficiale site-uri cu dezinformări care prezentau articole precedate de titluri bombastice, scrise ca să atragă cât mai multe clicuri din partea cititorilor. Tot în Italia, în anul 2019, Facebook a blocat 23 de pagini cu mai mult de două milioane de urmăritori, dintre care jumătate răspândeau ştiri false în avantajul Mişcării Cinci Stele şi al partidului de dreapta. Leg-a. În 20 19, în Spania, Twiltcr şi Facebook au închis o reţea cu 300 de pagini şi

profiluri active, care făceau propagandă în favoarea

Partidului Popular, o formaţiune de centru-dreapta. Şi acestea sunt doar câteva exemple.

Aşa cum am precizat şi în capitolul precedent, scena politică americană pare totuşi cea mai bogată în producţia de fake news. Cunoaştem toţi cazul: felul în care preşedintele Donald Trump foloseşte reţelele de socializare. O analiză temeinică făcută de *TheNeu York* ZW/CJ asupra celor I I ()()() de twecturi scrise de Trump de la preluarea conducerii a scos în evidenţă felul în care *The Donald*a propagat de-a lungul anilor teorii conspiraţioniste (conţinutul a I 600 dintre postările sale), ştiri false împotriva imigranţilor, despre fraudele electorale care il puseseră intr-o lumină proastă sau despre familia () haina. care ii interceptase ilegal convorbirile.
Impactul fake news asupra politicii nu este însă un caz întâlnit doar în Europa şi în Statele Unite. Acest fapt s-a văzut foarte dar în timpul alegerilor din Brazilia, în 2018 – când au fost răspândite minciuni în favoarea viitorului preşedinte Bolsonaro prin intermediul WhatsApp – sau la alegerile din Kenya, în 201 7. În Kenya, aproximativ 90% dintre alegători au mărturisit că citiseră cel puţin o ştire falsă propagată de televiziuni ca CNN şi BBC. Bâlciul nu se opreşte aici. Primul rezultat afişat de Googlc la căutarea numelui lui Raila ()dinga, candidatul opoziţiei, a fost mai multe săptămâni la rând un site creat de o echipă plătită de competiţie. El afişa informaţii neadevărate şi ftlmuleţc care puneau în scenă viitorul ţării guvernate de Odinga-adică haos, paupertate şi dictatură.



MINCIUNA E PE MĂSURĂ

Nn ajunge să produci fake news ca să îţi înde[illegible]i scopurile, trebuie ca ele să ajungă la persoanele potrivite. Mult ma[illegible]ante au fost la ultimele cam[illegible]ii electorale strate[illegible]ile de *microtarg[illegible]ii* şi capacitatea lor de a trim[illegible]esăje publicitare s[illegible]u politice doar p[illegible]soanelor alese pe baza unor caracteristici precise. Re[illegible]le de socializare pe care le folosim strâng cu siguranţă, mai mult sau mai puţin explicit, o marc cantitate de date despre noi: preferinţe, alegeri politice, vârstă, situaţie financiară. zona în care locuim şi multe altele. Dacă sun[illegible]te corect, aceste date pot fi folosite ca să înţelegem ce fel de ş[illegible]ează cel mai mult, în 2018. presa internaţională a scos la iveal[illegible]ambridge Analytica, o agenţie de consultanţă care achiziţionase [illegible]dale despre 50 de milioane de utilizatori Facebook, ca să [illegible]monitorizeze şi „atace” profilurile cu propagandă care să meargă [illegible]sigur. Cambridge Analítica a susţinut campanii electorale de parte[illegible]i [illegible]o şi Brexit. fiind controlată de oameni apropiaţi e[illegible]ei drepte americane; după scandal, agenţia a intrat în faliment. Printre „servicii” pe care le furnizau se numărau producţia şi răspândirea de fake news despre subiecte sensibile care să îndemne utilizatorii să voteze pentru clienţii lor.

i CAPITOLUL 5

DEPENDENTI DE MINCIUNI

MEDICINA ŞI SĂNĂTATEA SUNT INFECTATE CU VIRUSUL MINCIUNII

În februarie 1998. *The Lancet,* una dintre eele mai cunoscute publicaţii ştiinţifice, a publicat un studiu menit să schimbe viaţa a sute de mii de persoane. În această cercetare, Andrew Wakefield demonstra existenţa unei corelaţii între administrarea vaccinului ROR (cel care protejează împotriva rujeolei, oreionului şi rubeolei) la copii şi reacţia de apariţie, în cazul unora dintre ci. a unei tulburări de spectru autist. Aşa au fost puse bazele uncia dintre cele mai periculoase minciuni sanitare din istoric – vaccinul care provoacă autism. La mai bine de 20 de ani după apariţia studiului, ştim că este o fabulaţie: eşantionul formai din copiii aleşi de Wakefield nu era în nicitin caz unul oarecare, nicio cercetare viitoare nu a reuşit să reproducă rezultatele, iar Wakefield a fost finanţat de avocaţi

implicaţi în lupta împotriva agenţiilor producătoare de vaccinuri. Datorită tuturor acestor probe, studiul a fost scos de pe piaţă (deşi cu o întârziere nefastă), iar lui Wakefield i-a fost retrasă calitatea de membru al Colegiului Medicilor. În ciuda acestor măsuri, minciuna nu a mai putut fi oprită şi astăzi încă observăm pagubele pe care le-a produs. Scăderea numărului de vaccinări – cauzată şi de aceste minciuni – a dus în ultimii ani la o creştere a numărului de persoane infectate cu rubcolă. Potrivit Organizaţiei Mondiale a Sănătăţii, infectările au fost cu 300% mai răspândite în Europa în anul 2018, comparativ cu anul precedent, şi de 15 ori mai întâlnite faţă de 2016. Această boală a ucis doar în Europa 72 de oameni în 2018 şi a făcut peste 1 10 000 de victime global în 201 7. fără să mai punem la socoteală numărul celor care au declarat că au rămas cu dizabilităţi permanente şi costurile pe care le-au suportat sistemele sanitare ca să facă faţă epidemiilor.

Asa cum am observat, fakc news din domeniul medical s-au năs- 5
cut înainte de apariţia reţelelor de socializare, însă prin intermediul Faccbookului şi altor aplicaţii similare, posibilitatea de răspândire a crescut. Un studiu din 2019 a analizat cele mai redistribuite 100 de articole referitoare la sănătate scrise în engleză şi a demonstrat că aproximativ jumătate dintre ele conţineau informaţii false sau incomplete, chiar dacă apăruseră în publicaţii importante. În plus, printre cele mai răspândite zece articole, mai bine de şapte au fost evaluate ca puţin credibile de un grup de experţi. Articolul care susţinea că. mâncând supă cu lăicţci, faci instantaneu Alzheimer, a fost redistribuit de peste 330 000 de ori. iar un altul care sugera să folosim ceapă pentru vindecarea infecţiilor la urechi a fost distribuit de 320 000 de ori. Sigur că nu lipsesc nici articolele împotriva vaccinurilor. asociate cu moartea nou-născuţilor, pline de planuri cu privire la sterilizarea populaţiei şi cu o sumedenie de conspiraţii întunecate.

E importam să ne întrebăm de ee sunt produse şi răspândite fake ncws într-un domeniu în eare o singură ştire falsă poate avea repercusiuni grave, chiar şi moartea. Prima motivaţie e şansa câştigului: când vine vorba despre vânzarea leacurilor alternative la suprapret sau despre inventarea unor titluri bombastice, insă necorespunzătoare din punct de vedere ştiinţific (dacă ne gândim la panica din rândul media odată cu izbucnirea pandcmici de coronavirus). niiilti nu îşi fac procese de conştiinţă când exploatează disperarea sau naivitatea pacicnţilor şi cititorilor. O anchetă BBC a găsit pe YouTubc zeci de iilmuleţc eare încurajau leacuri ridicole pentru cancer, cum ar li soda caustică sau laptele de măgăriţă. Filmulcţclc puteau strânge milioane de vizualizări, mai ales dacă erau sugerate de algoritmii YouTubc şi însoţite de publicitate pentru branduri internaţionale, care nici nu ştiau că erau asociate cu acest lip de conţinut şi că îl finanţau (chiar dacă indirect). Dacă am reduce totul la aspectul economic, am fi naivi. De fapt. în alte sectoare de activitate, răspândirea minciunilor e strâns legată de încrederea scăzută a unor părţi din populaţie în elitele aliate la conducere-printre eare se numără şi doctorii -. pe eare le consideră corupte, deci lipsite de credibilitate în afirmaţii. Acei „doctori plătiţi de multinaţionalele farmaceutice”, „bogăţii eare păstrează tratamentul pentru ci” şi aşa mai departe: opoziţiile dintre clasele sociale sum dominate şi de astfel de discursuri. La asta se adaugă şi o combinaţie periculoasă între obsesia pentru sănătate, „efectul nostalgici” şi entuziasmul gratuit pentru orice metodă eare trece drept naturală sau care este atribuită presupuselor leacuri din bătrâni. Aşa ajung reţetele bunicii să fie mai credibile decât ale doctorului.

MÂNCAREA ASTA NE FACE BINE SAU RĂU?

Cafeaua în exces poate provoca chiar cancerul, dar mai degrabă il previne. Un pahar cu vin pe zi face bine. Nu, stai, de fapt, e nociv. Şi cu untul ce faci? Cu zahărul şi carnea? Multe cotidiene, telejurnale şi site-uri ne avertizează cu privire la apariţia de noi studii nutriţionale care demonstrează cât de benefice sau dăunătoare sunt alimentele pe care le consumăm. Sunt documente care se contrazic unul pe celălalt, creând doar confuzie. Dacă ne gândim la tabloidul englezesc doar el a publicat de-a lungul anilor 19 articole care semnalau că băutul vinului creşte riscul apariţiei tumorilor şi în jur de 16 care declarau exact opusul. E dificil de stabilit în care informaţii să ai încredere. O cercetare din 2013, care purta titlul provocator „Tot ce mâncăm este asociat cu apariţia cancerului?”, a ales 50 de ingrediente la întâmplare dintr-o carte de bucale şi a verificat felul în care mai bine de 40 dintre ele fuseseră protagonistele a 254 de studii ştiinţifice – care îşi doreau să stabilească posibilele legături dintre alimente şi apariţia tumorilor – soldate, în majoritatea cazurilor, cu rezultate contradictorii. Există o mulţime de studii alimentare, însă calitatea lor este adesea discutabilă. Multe dintre cercetări sum construite pe eşantioane restrânse, sunt finanţate de agenţii interesate să promoveze propriile produse, sunt făcute doar ca să obţină vizibilitate mcdiatică şi sunt simplificate peste măsură ca să corespundă acestor medii. Cel mai bine este să le citim eu multă prudenţă, fără să ne alarmăm sau să ne entuziasmăm.

CAPITOLUL 6

CÂND FAKE NEWS AJUNG SĂ

UCIDĂ

VIOLENŢA UNEI ŞTIRI FALSE

în afară de ştirile false eare pol dăuna grav sănătăţii, mai există şi ultima frontieră – fake news care îndeamnă oamenii să comită acte de violentă şi, în anumite cazuri, chiar să ucidă. Şi nu este vorba despre cazuri excepţionale sau marginale. În unele ţări vorbim despre adevărate situaţii de urgenţă din punct de vedere social, pentru care guvernele şi coloşii tehnologiei caută o soluţie cât mai rapidă. Cele mai grave consecinţe ale acestor ştiri s-au înregistrat în India, unde răspândirea lor a fost garantată de platforma de mesagerie WhalsApp (proprietatea Facebook din 2014), foarte accesibilă în India graţie apariţiei explozive de smartphone-uri conectate la internei înregistrate în ultimii ani. Multe zone rurale în care

nu ajunseseră servicii de bază, unde taxele pentru învăţământ erau foarte scăzute, au fost propulsate în scurt timp înlr-o revoluţie digitală garantată de simpla conexiune la internei şi de telefoanele mobile vândute la preţ redus. Există aici un detaliu contextual pe care nu trebuie să il subestimăm. Asa cum vom vedea, este demonstrat »
că o tehnologie atât de puternică precum accesul la reţelele web poale provoca pagube uriaşe atunci când nu deţinem proprietăţile culturale prin intermediul cărora să o ţinem în frâu. Altfel spus, nu putem distinge adevărul de minciună.
În India a fost semnalată, prin intermediul fotografiilor şi lilmuleţe- lor. apariţia unor traficanţi de carne vie şi pedofili în apropierea unor sale. Erau lot ştiri false, create prin juxtapunerea unor cadre preluate din alte surse, dar care au dus la linşajul public al câtorva ncvinovaţi, care au avut nenorocul să lic în locul nepotrivit, la momentul nepotrivit – străini, fiindcă nu erau rccunoscuţi de oamenii locului, acuzaţi de infracţiuni mult mai grave. Potrivit unor reconstituiri jurnalistice, în intervalul 2017-2018, cel puţin 31 de oameni au fost ucişi de mulţimile furibunde, ca urmare a răspândirii de ştiri false cu ajutorul „scrisorilor în lanţ”*. Dar asta s-ar putea să fie doar o aproximare prin lipsă: site-ul indian de ştiri News 18 a numărat doar în statul din Nordul Indici, Ultar Pradcsh, cel puţin 100 de revolte asemănătoare în august 2018. Nu au

* *Catene di Sânt Antonio* în original (il.). un fenomen iniţial prin intermediul scrisorilor, care acum a luat forma unor mesaje electronice, şi al cărui scop este să convingă destinatarii să popularizeze conţinutul acestora – fie prin scheme de manipulare emoţională, fie prin scheme piramidale de îmbogăţire rapidă. (A[7]. *trad.)*

fost descopcriţi încă făptaşii operaţiunilor, deşi este clară intenţia degenerare a unei stări de teamă şi tensiune la nivelul unei ţări deja divizate de confruntările religioase şi civice.

[)în India ajungem în Nigeria, unde a fost înregistrată o situaţie similară. Aiei, se parc că Faccbook a fost centrul unui scandal cu fakc news, deoarece platforma este folosită de 24 de milioane de nigerieni. O anchetă BBC a demonstrat că în oraşul Jos (circa 1 milion de locuitori) au fost declanşate episoade violente între creştini şi musulmani prin răspândirea de imagini false în reţea. Mai multe fotografii cu copii mutilaţi sau torturaţi au fost prezentate ca probe care să incrimineze cinicii musulmani locali (populaţia fulani). Vestea s-a răspândit şi i-a făcut pe câţiva dintre manifestanţi să blocheze străzile şi să caute în fiecare maşină de pe stradă etnicii fulani. Au fost ucişi brutal cel puţin 12 nevinovaţi. Şi în acest caz. „fitilul" aprins de fakc news a stârnit un incendiu care să cuprindă un strat social deja scurtcircuitat de diferenţe majore între etniile locale.

Tot în Africa, tensiunile dintre triburi, galvanizare astfel de răspândirea fakc news. s-au dovedit o marc piedică în lupta împotriva epidemici de Ebola. Campania de vaccinare s-a lovit, de fapt, de răspândirea ştirilor false, conform cărora virusul nici măcar nu exista şi urma să fie contractat prin intermediul injecţiei – folosită de anumite grupuri ca armă de exterminare a rivalilor. Doctorii trimişi de organizaţiile internaţionale să combată răspândirea virusului au fost întâmpinaţi de scepticismul celor care chiar au recurs la atacuri armate în spitale. În paralel, pe WhatsApp erau trimise mesaje cu leacuri-mi nu ne împotriva virusului, cum ar fi să faci băi în apă sărată sau să o bei. În Nigeria anului 2014, două persoane şi-au pierdut viaţa şi alte 20 au ajuns în spital din cauza încrederii oarbe în astfel de ştiri.

CUM SĂ PROFIŢI DE PE URMA VICTIMELOR r

Nu sunt de ajuns doar morţile provocate de fake news. Există atâtea exemple în care moartea cuiva a fost transformată, instrumentalizată, ba chiar a apărut din piatră seacă. Exemplul cel mai la îndemână sunt minciunile despre moartea celebrităţilor, lansate de site-uri ca să prindă în mreje atenţia cititorilor de pe reţelele de socializare şi, bineînţeles, banii obţinuţi astfel prin publicitate. Mai există şi cazurile de manipulări politice din secţiunea cu ştiri despre crime: omucideri în urma cărora reiese că responsabilitatea le aparţine sau le este atribuită greşit anumitor minorităţi cinice sau religioase, cu scopul de a stârni furia şi temerile în preajma alegerilor. Sigur că există şi cazuri cu denaturări mai sofisticate. În mai 2019, în Olanda, o fală de 16 ani care suferea din cauza depresiei şi trecuse prin abuzuri a hotărât să se sinucidă. Ştirea a făcui înconjurul Europei cu ajutorul unui detaliu complet fals – tânăra ceruse şi obţinuse eutanasia. În realitate, cererea de cutanasie fusese doar prezentată (legal în Olanda) şi apoi respinsă. Insă ştirea falsificată a devenit repede o armă pentru grupurile care luptau împotriva cuianasiei, active fie în ţările în care practica era legală, lie în cele a căror opinie publică cerca intrarea practicii în legalitate.

CAPITOLUL 7

CEI AFLAŢI LA PUTERE NU NE SPUN

TUNELUL CONSPIRAŢIEI GLOBALE

/

Dacă am face o clasificare a fake news şi a dezinformărilor în funcţie de gravitate, primul loc ar li ocupat de teoriile conspiraţiei. Este vorba despre ipotezele conform cărora adevărul pe care îl ştim despre anumite evenimente istorice e diferit şi este ţinut secret de grupări formate din persoane de obicei bogate şi puternice. Hitler nu s-a sinucis, ci s-a retras în Argentina, atentatele de pe 11 septembrie 2001 au fost organizate de Guvernul Statelor Unite, SIDA a fost creată în laboratoarele CIA. există companii care ne manipulează cu ajutorul substanţelor chimice împrăştiate în aer – doar câteva exemple de conspiraţii actuale.

Ca să înţelegem amploarea fenomenului, e de ajuns să căutăm pagina de Wikipedia care a încercat să reunească toate tipurile de conspiraţii – împărţită în zeci de subcapitole, la rândul lor împărţite în multe subsectiuni, fiecare dintre ele desemnând o altă teorie. Ce vreau să spun este că există

sine de conspiraţii şi unele sondaje afirmă că milioane de oameni le cred adevărate. () cercetare din 2014 de la University of Chicago susţinea că jumătate dintre americani cred cel puţin o teorie a conspiraţiei. Dezvoltarea reţelelor de socializare nu a făcut decât să faciliteze peste măsură posibilitatea de propagare a minciunilor. Numărul şi complexitatea lor fac imposibilă dezminţirea fiecăreia pe parcursul acestei cărţi. În plus, ar fi un exerciţiu inutil, fiindcă aceia care încearcă să le demonteze sfârşesc prin a fi identificaţi drept „agenţi" ai puterii care încearcă să ascundă adevărul. Cel care crede teoria este astfel convins încă o dată că „deranjează" şi că arc dreptate. E doar un alt cerc vicios.

Ar li mai util să existe un „principiu" care să Iacă teoriile mai puţin atrăgătoare. În 2016. fizicianul David Robert Grimes a inventat un algoritm care să calculeze cât durează până când o conspiraţie este demontată. Elementul de la baza formulei lui Grimes este numărul de persoane implicate – cei care cunosc secretul şi nu trebuie să îl divulge. Cu cât c mai marc numărul, cu atât durează mai puţin până e dezvăluit. Este simplu. Dacă mii de oameni ştiu că omul nu a ajuns pe Lună, mai devreme sau mai târziu cineva va divulga asta. Poate din cauză că a băut o bere în plus sau pentru că, distrus de procesele de conştiinţă, comunică presei toate dovezile. Potrivit lui Grimes, un secret despre falsa aselenizare ar li putut să fie păstrat cel mult trei ani şi opt luni, din moment ce în anii '60. la NAŞA lucrau circa 400000 de oameni. O conspiraţie despre falsa încălzire globală ar fi persistat ceva mai mult, trei ani şi nouă luni, dacă stăm să ne gândim doar la cei 400000 de angajaţi ai institutelor de cercetare a climei din lume. Tot Grimes susţinea că o teorie a conspiraţiei trebuie să fie împărtăşită de cel puţin 125 de persoane ca să reziste mai mult de un

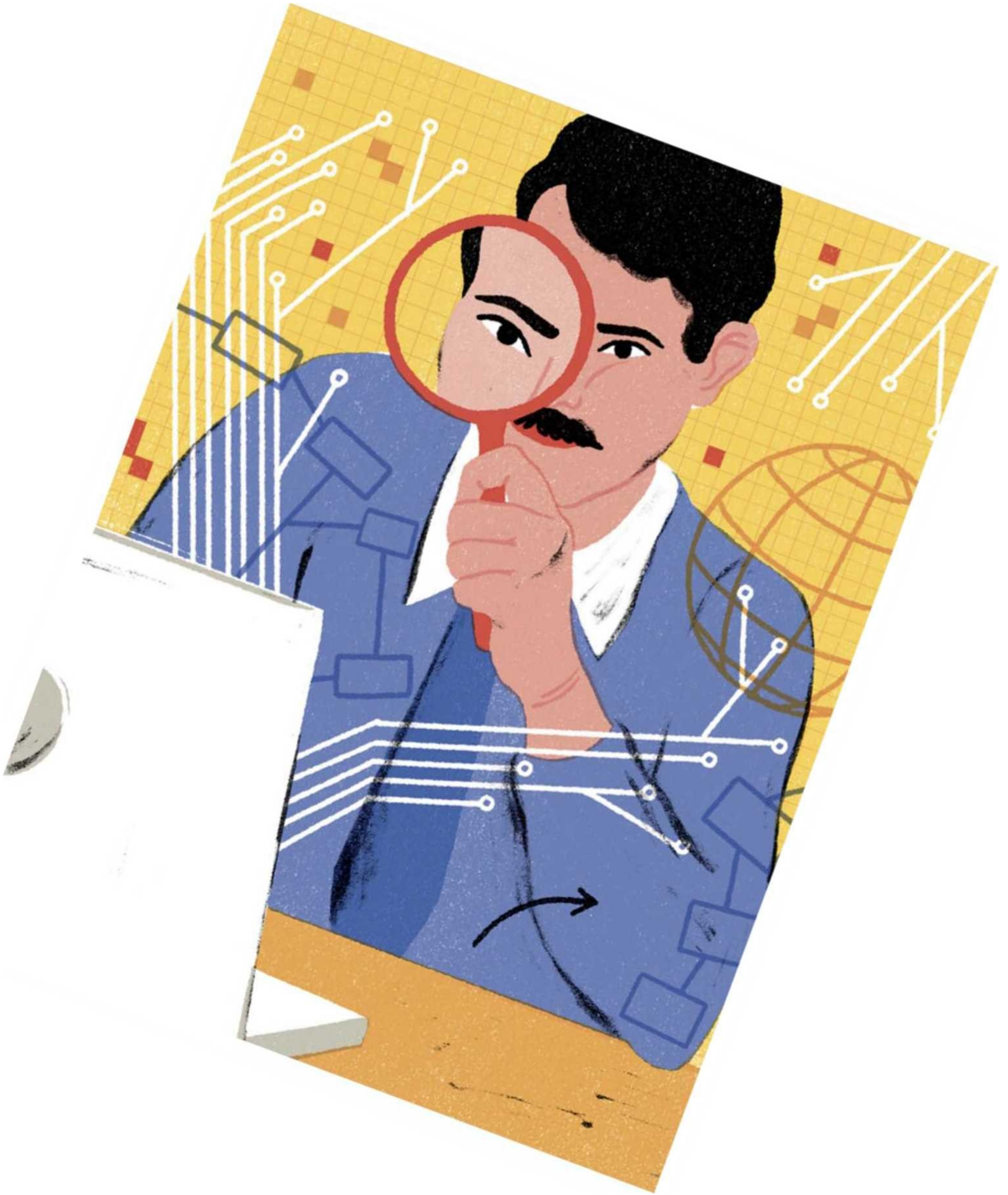
secol. Din aceste motive, ne este greu să credem că un număr atât de

redus de subiecte ar putea să susţină nişte planuri capabile să ţină în sah miliarde de oameni.

Rămâne sâ ne întrebăm de ce ajung oamenii să creadă teoriile conspiraţiei. în ciuda faptului că dovezile care le dezmint sunt foarte uşor de găsit. Există mai multe explicaţii şi au legătură fie cu psihologia, fie cu sociologia problemei. Teoriile ne oferă adesea explicaţii simpliste pentru fenomene complexe sau controversate, răspunzând astfel nevoii creierului de a încadra realitatea în scheme cu care este familiarizat. E mai uşor să acceptăm că există un leac ascuns pentru cancer, în loc să recunoaştem că nu suntem în stare încă să găsim un remediu. într-o oarecare măsură, e mai confortabil să te gândeşti că singura forţă capabilă să doboare doi zgâric-nori în cel mai important oraş din lume este Guvernul, spre deosebire de o grupare teroristă. Aşa cum am văzul deja în cazul minciunilor din domeniul sanitar, oamenii cu puţină încredere în instituţiile statului sau care îşi asumă poziţia de marginali ai societăţii găsesc alinare, ba chiar o supapă pentru tensiunile lor prin adoptarea teoriilor conspiraţiei. Ei se poziţionează astfel ca inamici publici ai celor de la putere, care le ascund adevărul.

CEL MAI NEBUNESC SCENARIU DIN LUME

În marca de teorii ale conspiraţiei care există, merită să îi acordăm toată atenţia celei care, pe bună dreptate, poate fi considerată cea mai bizară. Există oameni convinşi că Terra este plată, nu sferică, şi că marile puteri ale lumii sunt implicate în ascunderea acestui adevăr. Teoria Pământului plat este exemplul perfect de conspiraţie care pune laolaltă minciunile, refuzul ştiinţei şi adesea chiar fanatismul religios – cu o interpretare literală şi limitată a versetelor biblice, refuzată chiar şi de cele mai zeloase feţe conservatoare bisericeşti. Cu timpul, teoria Pământului plat a adunai din ce în ce mai mtilti adepţi şi a fost actualizată în ultimii ani din cauza existentei intcmctului şi a susţinerii acordate w * ţ de anumite VIP-uri. Să ne lămurim: nu există un număr marc de adepţi, însă existenţa lor demonstrează că imensa cantitate de dovezi şi studii ştiinţifice – de la demonstraţiile filozofilor din Grecia Antică până la fotografiile făcute din spaţiul cosmic – nu ajută la a-i convinge pe susţinători să îşi schimbe ideile. În plus, unul dintre momentele în care această bizară teorie s-a bucurat de un succes major în istoria recentă a fost înregistrai cu ocazia aselenizării din anii ’60. Potrivit conspiraţionişti lor. aterizarea pe lună nu a avut loc. Evenimentul – înregistrat, care ar fi trebuit să pună punct tuturor ipotezelor despre Pământul plat – a înfierat convingerea celor mai fideli dintre adepţi.



CAPITOLUL 8

VERIFICAREA ADEVĂRULUI SI DIVULGATOR II

VÂNĂTORII CARE NE DEZVĂLUIE ÎN FIECARE ZI MINCIUNI

„Fiecărei acţiuni ii corespunde o reactiune egală şi contrară”, aşa sună al treilea principiu fundamental al mecanicii, lată cum o regulă fizică devine utilă şi pentru discursul nostru: explozia fenomenului fakc news pe reţelele de socializare a dus, de fapt, la creşterea forţelor principalilor antagonişti, *debunking* (literal. „îndepărtarea minciunilor”) şi *fact-checking* („verificarea faptelor”). Cele două expresii indică toate acele activităţi care încearcă să descopere dacă o ştire este reală sau nu. scoţând în evidentă intr-o manieră transparentă sursele şi dovezile care îl fac pe *divulgator* să le considere falsuri. Chiar dacă site-urile

dedicate dezminţirii miturilor urbane

şi teoriilor conspiraţiei difuzate[5] prin intermediul intcrnclului s-au

născut odată cu wcbul (unul dintre cele mai importante din Statele Unite, Snopes, a apărut în 1994), în ultimii ani. numărul iniţiativelor de acest tip şi atenţia pe care au generat-o au crescut exponenţial în toate ţările.[3]

Nu există o tipologic adivulgatorului. Persoanele implicate în operaţiunea de verificare a sutelor de poveşti care circulă online sunt foarte diferite. Mai important decât *cine* face asta este *cum* o face, adică metoda folosită de bloggcri, cercetători, oameni de ştiinţă, profesionişti sau pur şi simplu de cei pasionaţi de subiect. Ca să nu mai existe niciun dubiu cu privire la veridicitatea unei ştiri, sunt necesare munca de cercetare, semnalarea precisă a surselor folosite (pe lângă analizarea lor) şi. în plus, capacitatea de expunere a temelor care se dovedesc adesea prea complicate pentru cei nefamiliarizaţi cu astfel de cercetări.

Jurnaliştii merită o menţiune specială în domeniu. Activitatea de *fact-checking* este, de fapt, una dintre bazele jurnalismului, fiind practicată cu sfinţenie de un număr marc de reporteri, chiar dacă nu întotdeauna şi nu de toată lumea. Există mai multe tipuri de fakc news şi, în multe cazuri, primele instrumente de răspândire a informaţiilor false sunt exact publicaţiile considerate serioase şi de încredere. Există multe cauze ale acestui fenomen: graba scrierii unui articol, încrederea într-o sursă îndoielnică, interpretarea greşită a unor fapte, adăugarea unui titlu bombastic care să atragă cititorii sau lipsa unei verificări atente înainte de lansarea ştirilor. Cazurile diferă şi.

din păcate, chiar dacă sunt puşi în[3] faţa propriilor greşeli[5], mulţi jurnalişti refuză să şi le recunoască şi nu pun accentul

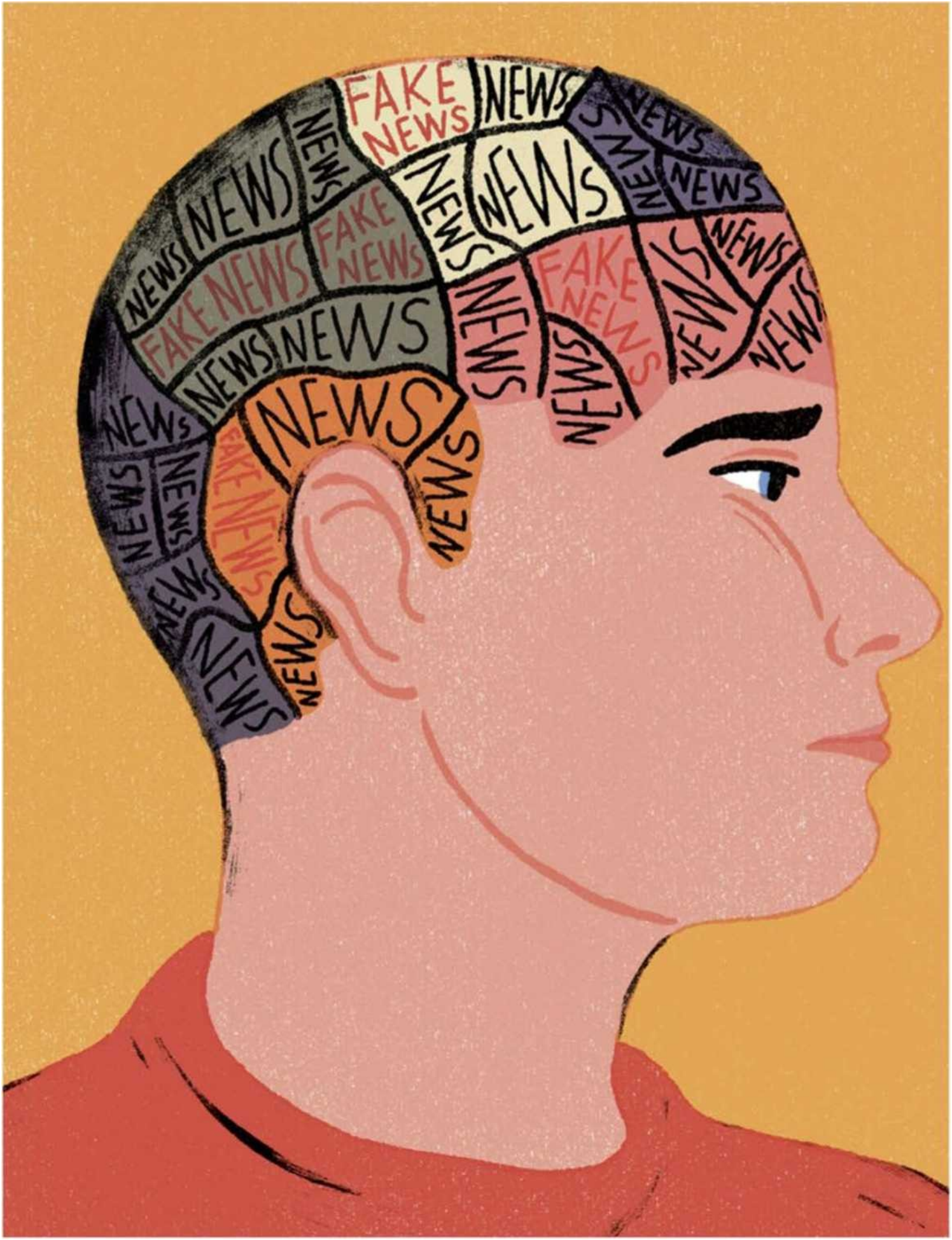
corespunzător pe modificarea articolului. Astfel, este diminuată încrederea cititorilor în ecosistemul informaţiilor şi creşte posibilitatea ca unii dintre ci să îşi îndrepte atenţia către surse înşelătoare sau în mod vădit false.

Şi asta se întâmplă pentru eă rămân seeptiei în privinţa informaţiilor populare şi a jurnaliştilor incapabili să îşi recunoască greşelile.

Succesul proiectelor *âefacf-checking* se află pe o pantă ascendentă, iar asta se datorează şi faptului că iniţiativele au reuşit să genereze un răspuns din partea publicului care se informează din mediul online. Aceleaşi reţele de socializare pe care erau vehiculate ştiri false s-au concentrat în ultima vreme pe colaborarea cu proiectele care semnalau aceste realităţi pentru a îmbunătăţi conţinutul informaţiilor difuzate pe propriile site-uri. Facebook, afectat de scandalul Cambridge Analytica şi aliat în centrul controverselor despre posibilele influenţe ruseşti asupra campaniei electorale din Statele Unite, a anunţat implementarea sistematică a mecanismelor *tefact-checking* în anumite ţări pentru utilizatorii săi şi pentru cei de pe Instagram (proprietatea Faccbookului din 2012). Cele două reţele au hotărât să nu oprească redistribuirea de fake news, dar să le reducă posibilitatea de a deveni virale (prin modificarea algoritmului) şi să le comunice utilizatorilor că informaţiile pe care urmează să le citească, privească sau distribuie sunt considerate false de către publicul independent. Pentru că este vorba despre o actualizare recentă, nu ştim încă să estimăm când va reuşi iniţiativa să aibă eficientă în reducerea dezinformării
din mediul online.

CINE îl PLĂTEŞTE PE DIVULGATORI
r

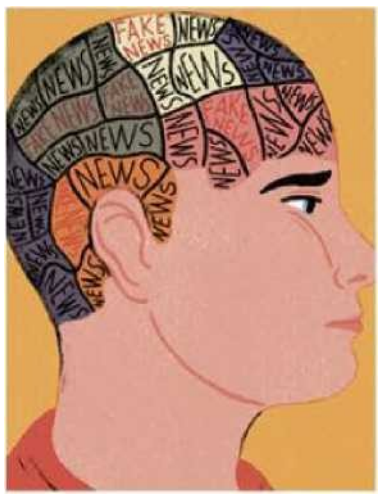
Cine se implică în verificarea informaţiilor şi în divulgarea de fakc news primeşte adesea acuzaţii că este un *„agent* ‘plătit de exact acele puteri care vor să ascundă adevărul (sau de adversarii politicii dezminţirii sau de alte forţe asemănătoare). De fapt, site-urile şi specialiştii ocupaţi *cujact-checking* sunt adesea transparent! cu privire la cine ii finanţează. Urmează să alcătuim o listă scurtă a mijloacelor prin care sunt susţinute astfel de proiecte, excluzând de aici redacţiile în sensul tradiţional al cuvântului. O parte dintre publicaţii îşi susţin activitatea prin publicitatea onlinc, la fel cum fac şi silc-urile de ştiri. Altele, în schimb, alături de veniturile obţinute graţie spoturilor publicitare sau ca alternativă pentru acestea. le cer cititorilor donaţii pentru a-şi continua munca. Mai există apoi şi consorţi! de specialişti finanţaţi prin programe instituţionale, prin anunţuri promovate de coloşii tehnologici sau care îşi vând serviciile publicaţiilor jurnalistice. În ultimul rând, mai există şi specialiştii independenţi, de obicei specializaţi într-un singur domeniu sau sector de activitate (de exemplu, cel medical), implicaţi în operaţiunea de *debunkinggra.*- luit sau care îşi folosesc notorietatea câştigată prin activitate ca să publice cărţi sau să participe la transmisii televizate.


FAKE NEWS
NEWS
NEWS

CAPITOLUL 9

NU E ADEVĂRAT, DAR AM ÎNCREDER

E



CUM REUŞESC FAKE NEWS SĂ REZISTE ÎN FATA ORICĂREI DOVEZI

/

Ne confruntăm şi cu veninul dezinformării, dar deţinem şi antidotul *fact-checkingului.* înseamnă că putem sta liniştiţi? Nicidecum. Eforturile *debimkingului ş*| lupta împotriva fakc news înfruntă o serie de probleme legate de dinamicilc răspândirii informaţiilor onlinc şi de modalitatea în care se formează comunităţile pe reţelele de socializare. Nc vom ocupa în detaliu de următoarele situaţii, rezumate în felul următor: fakc news „funcţionează "mult mai bine decât articolele care le dezmint, ajung la mai inulţi oameni şi, chiar şi alunei când *fact-checkingtd* compară sursele acestor informaţii, ele sunt adesea ignorate voit. Să le luăm pe rând.

Primul avantaj competitiv al dezinformării este timpul. Fakc news sunt fabricate din start cu anumite atribute care să le facă „virale”şi să atragă atenţia unui public cât mai larg. Ele sunt de obicei „emoţionante” deci obţin reacţii puternice, fac referire la celebrităţi sau la fenomene pe care le considerăm importante şi sunt scrise chiar şi în câteva rânduri sau se limitează la un titlu şi o fotografie sub el. Aşadar, fakc news pot li făcute în grabă şi cu puţin efort. Articolele specializate *mfact-checking*sunt exact opusul: apar imediat după ce o ştire falsă este pusă în circulaţie, nu sunt niciodată emoţionante, ci apelează la raţiune (noţiune care amendează exact producţia de ştiri virale), oferă informaţii precise, care cer timp ca să fie strânse şi expuse. Intre apariţia unor fakc news şi dezminţire trec uneori zile întregi, iar asta reprezintă un avantaj pentru primele. O cercetare a Media Lab de la Massachusetts Institute of Technologv, realizată cu ajutorul a 120 000 de poveşti distribuite pe Twittcr între 2006 şi 201 7, a demonstrat că o ştire falsă se răspândeşte de şase ori mai repede decât una adevărată – o cursă imposibil de câştigat.

Al doilea punct de analizat este distribuirea. Intcrnctul este o reţea deschisă pentru toată lumea, dar asta nu înseamnă că utilizatorii sunt legaţi între ci în acelaşi mod. De fapt, au tendinţa să se înconjoare de oameni care le împărtăşesc şi în realitate, şi online punctele de vedere. Acest fenomen se numeşte *ec/io chamber* („cameră de rezonanţă”): convingerile noastre şi ideile sunt susţinute constant de prietenii care gândesc la fel şi astfel ajungem să ne confruntăm foarte rar cu viziuni alternative. Odată ce fakc news sau o interpretare a faptelor sunt acceptate în cercul nostru, c foarte puţin plauzibil să mai întâlnim clemente care să le poală demonta. Intensitatea camerelor de rezonanţă este accentuată şi de algoritmii care modifică vizibilitatea postărilor pe reţelele de socializare: cu cât

ne cunosc mai bine, cu atât ne oferă mai mult conţinut potrivit pentru noi. Astfel, se ajunge

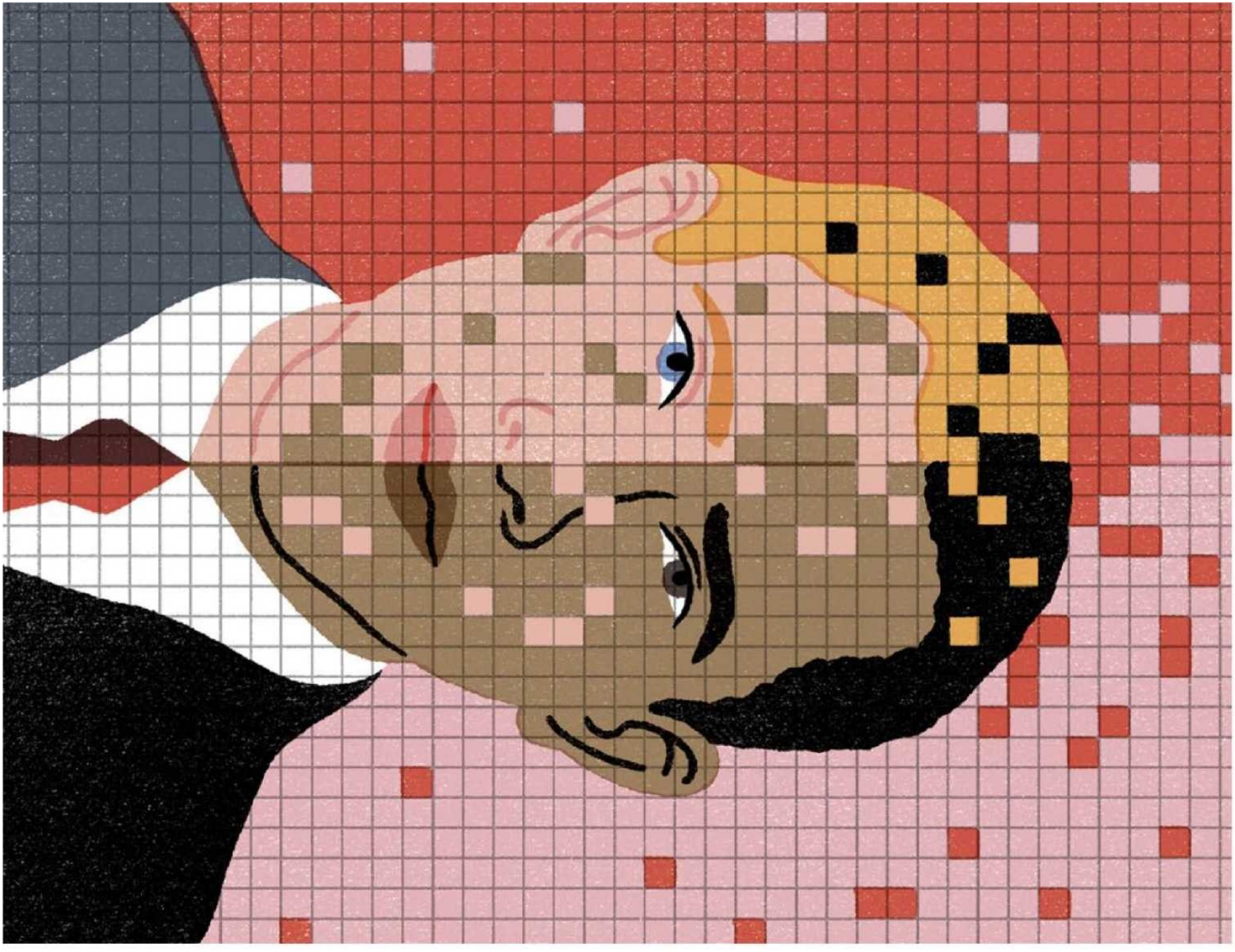
la o şi mai marc polarizare a opiniilor. Dacă avem o orientare de stânga, vorbim doar eu oameni de stânga şi vedem numai şi numai conţinut de stânga – continuând să avem acces doar la o parte a realităţii şi expunându-ne la anumite tipuri de ştiri care să ne dezinformeze (exemplu valabil şi pentru oamenii de dreapta).

Ultimul punct de analizat – chiar şi când avem acces *Yâfact-checking,* ignorăm procesul sau îl folosim ca să ne întărim ideile, oricât de puţin raţionale ar li. O cercetare italiană din 201 7 publicată în PLOS Oue a analizat comentariile şi interacţiunile – complotiste sau care lacean *clebunking*- de pe sitc-urilc ştiinţifice a 54 de milioane de utilizatori, pe parcursul a cinci ani, scoţând la iveală faptul că aceste „triburi" se întâlnesc foarte rar şi, atunci când o fac. nu iese prea bine. Complotiştii care primesc conţinuturi *fact-checking* reacţionează agresiv, recurgând la defensive şi la propriile convingeri. Aceste reacţii au şi un nume, *backfire effect* (efectul de recul), legat de modul în care procesăm informaţiile din mediul înconjurător, atunci când rezistenţa noastră c mai marc în faţa celor care se opun cunoştinţelor dobândite. *Debunkingul* nu este, aşadar, panaceul tuturor relelor, dar este relevant pentru oamenii care vor să obţină informaţii veridice şi nu se baricadează în camerele lor de rezonantă, rămânând astfel

[3] [5]
deschişi în faţa posibilităţii de a-şi schimba ideile.

DACĂ PROBLEMA FAKE NEWS DEVINE UN FAKE

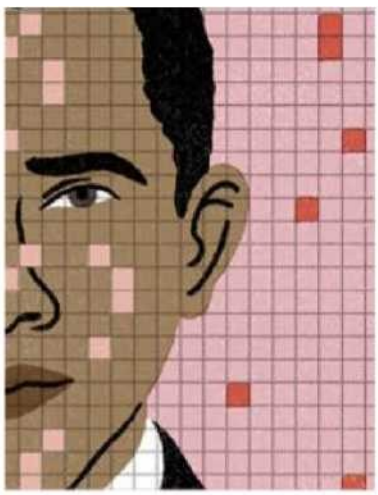
După cc am văzut |*hxnlc*|*cfact-checkingului*| apare altă întrebare: nu cumva „puterea” influentei fakc news este exagerată de politicieni şi media, fiind redusă astfel la calitatea de simplu element care întăreşte convingeri deja existente? întrebarea nu c. de fapt, banală. În acest moment, sunt puţine studii care oferă câteva răspunsuri şi nu se aventurează să tragă concluzii. Şi totuşi, în prezent încă nu a apărut dovada eficientei campaniilor de dezinformare bazate pe fakc news nici măcar în politică. În 201 7, un grup de cercetători au adresat un chestionar despre idei politice unui eşantion de peste 1200 de alegători americani de pe Twitter, fie ei democrati sau republicani. Dintre aceştia, aproximativ o cincime intraseră în contact cu propaganda rusă a IRA. Rezultatele publicate în octombrie 2019 în revista *Proceedings of die Naţional Academy ofSciences* nu au indicat diferenţe majore între cei care intraseră în contact cu propaganda rusă şi ceilalţi. Asta nu înseamnă că acele campanii erau inutile, fiindcă ar fi straniu ca atât de multe mari puteri să investească milioane în ceva cc nu obţine nimic. Cu toate acestea, trebuie să recunoaştem că nu avem o înţelegere profundă a mecanismelor care dezinformează.



CAPITOLUL 10

DEEPFAKE, ULTIMUL OBSTACO

L



PUTEM AVEA ÎNCREDERE NICI MĂCAR E VID

Un articol iese şi din piatră seacă, o fotografie poate fi modificată cu ajutorul unor programe uşor accesibile. Ne mai rămâne să avem încredere doar în dovezile video. De fapt, nu c chiar aşa. Noua frontieră a falsurilor este înscrisă în câmpul imaginilor în mişcare şi este denumită *deepfake*- un fenomen aliat în plină dezvoltare, născut la sfârşitul anului 2017, şi devenit una dintre principalele ameninţări la adresa credibilităţii continuturilor de care beneficiem.

/Av/yr/Xr-urilc sunt clipuri făcute în software-uri prin care, gratie inteligentei artificiale şi a tehnicilor de învăţare automată, chipul unei persoane este înlocuit cu al uneia la alegere. Precizia acestui procedeu face aproape imposibilă delectarea unui fals cu ochiul liber. Nu vorbim, aşadar, despre o manipulare banală. Posibilităţile sunt mai

mult sau mai puţin infinite: de la a-i face pe politicieni să dea declaraţii şocante, care să le spulbere cariera, până la a transforma vedetele în protagoniste de filme pentru adulţi pe care nu le-ar face niciodată. Nu vorbim despre scenarii SF, ci despre două exemple care au fost deja certificate.

Potrivit ultimului raport Deeptrace, întocmit în luna septembrie a anului 2019 – exhaustiv pe această temă –, există cel puţin 15 000 de clipuri *deepfake* online şi. în doar opt luni, volumul lor total s-a dublat. Majoritatea producţiilor au conţinut pornografic: 96% dintre lilmulcţele existente sunt destinate adulţilor şi au în rolurile principale actori şi cântăreţi celebri, ale căror chipuri le înlocuiesc pe ale actorilor din filmele porno. Motivul existenţei acestor producţii rămâne în principal comerţul. Există mul ţi oameni care doresc să îşi vadă vedetele preferate în scene sexuale explicite. Site-urile porno care permit încărcarea ¿/e^ÿ^Æe-urilor au strâns peste 130 de milioane de vizualizări (Statele Unite, Coreea de Sud şi Regatul Unit sunt principalele pieţe), iar fiecare clic corespunde sumei strânse mulţumită publicităţii online.

E important să subliniem faptul că ne confruntăm cu o violenţă îndreptată împotriva femeilor, ale căror imagine, reputaţie şi demnitate sunt grav afectate. Nu este de mirare că au apărut deja în toată lumea proiecte de lege care să elimine astfel de producţii şi. bineînţeles, să ii pedepsească pe făptuitori. Dar situaţia nu se încheie aici, fiindcă răspândirea programelor (care permit realizarea individuală de *deepfake-wv^* face posibilă transformarea oamenilor de rând în protagonişti. Filmulcţclc realizate astfel sunt transmise prin mesaje şi prin intermediul reţelelor de socializare, dând naştere unor daune incomensurabile.

Un alt domeniu de răspândire a *deepfake*-|*m*|*w* este politiea. În septembrie 2019. unul dintre cele mai urmărite posturi italiene a difuzai un video al fostului prim-ministru Mattco Rcnzi, care scoica sunete de pariuri la subrat dedicate preşedintelui şi emitea comentarii grele la adresa protagoniştilor de pe scena politică naţională. Filmulcţul era un *deepfake*gândit ca o provocare, dar care nu le-a fost prezentat în termeni clari telespectatorilor, astfel încât mulţi utilizatori de pe reţelele de socializare au crezul că văd un filmuleţ ncrcgizal şi astfel au apărut polemicile din presa locală. Multe lîlmuleţe false au fost produse în scopuri demonstrative şi în Statele Unite la adresa lui Barack Obama şi Donald Irump. deschizând dezbaterile publice despre pericolele pe care le prezintă tehnologia asupra informaţiei.
Mai există şi cazul Gabon. La sfârşitul anului 2018. în statul african apăruse zvonul că preşedintele Aii Bongo Ondimba ar li murit, iar vestea fusese ascunsă. Ca să înlăture dubiile, el a apărut intr-un video cu urările binc-cunosculc ale sfârşitului de an. Din păcate, a reuşit astfel doar să perpetueze alte dubii din cauza unor particularităţi ciudate. La o săptămână după difuzarea lilmuleţului, militarii au încercat să preia puterea printr-o lovitură de stat, susţinând că filmul arătat populaţiei este un fals. Nici până astăzi nu este clar dacă apariţia lui Bongo ()dimba a fost sau nu un *deepfake* (experţii au păreri diferite şi încă nu există tehnica potrivită care să descopere adevărul), dar posibilitatea să fi fost a general un puci ratat. E clar că suntem puşi în faţa unei tehnologii pe care trebuie să o manevrăm cu grijă.

CUI îl APARŢINE CORPUL NOSTRU
r

Pe lângă abuzurile făcute prin intermediul *deepfake.,* există şi alte zone de aplicare a tehnologiilor care permit substituirea digitală a oamenilor în filme. Cinematografia investeşte sume colosale în tehnologie, iar rezultatele sunt deja cunoscute: în 20 16, actorul Pctcr Cushinga interpretai rolul guvernatorului Tarkin în *Rogue One: A Star* 14*ar*|acelaşi rol din primul film al serici *Star Warf,* în care a jucat în 1977, Singura problemă era că Pctcr Cushing murise în 1994. Interpretarea în noua peliculă a fost, aşadar, contribuţia altui actor, a cărui identitate a fost „suprapusă" în post-producţic peste rolul lui Cushing din 1977, preluat din secvenţele vechiului film. Nimeni nu şi-a pulul da scama cu ochiul liber de diferenţă în cinematograf. A fost vorba despre primul caz de folosire îndelungată a unui ador care nu mai era în viaţă. Până mai ieri, o soluţie de acest fel era folosită doar în cazuri de urgenţă, ca să întregească producţii pe parcursul cărora unul dintre protagonişti murea subit (de exemplu: Brandon Lee în *The Croit* sau ()liver Reed în *Gladiator}* sau pentru scurte apariţii. Acesta este abia începutul. În 2020 a fost anunţat un film cu James Dean, actor dispărut intr-un accident auto în 1955. iar lista cu posibili *reimiati*devine din ce în ce mai lungă. ()dală cu ea devine acerbă şi dezbaterea despre cât de clic este să preiei trăsăturile unor oameni morii – cu sau fără acordul urmaşilor – ca să le foloseşti pentru totdeauna în filme.

NEWS

CAPITOLUL 11

RECUNOAŞTEREA ŞI DEMONTAREA UNOR FAKE

NEWS

MANUAL PENTRU UN FACT-CHECKING DOMESTIC

Ştirile false sunt produse ea să fie răspândite în grabă, precum virusurile în timpul unei epidemii. Una dintre cheile succesului lor este să ii convingă pe cititori să le împărtăşească şi cu alţii. Din această cauză este necesar să recunoaştem fake news şi să folosim anumite instrumente ca să le demascam. Cunoştinţele astfel obţinute sunt importante nu doar ca să ne ferească de a deveni victime ale dezinformării, ci şi ea să limiteze „contagiunea”, lată „zece porunci” prin care să combaţi fake news.

Kecp calm. În epoca reţelelor de socializare, în care cu un clic se poate ajunge la o mulţime de cititori în mai puţin de o secundă. aşteptarea este cea mai bună dintre resurse. Fakc news profită de graba şi neatenţia prin care oamenii trec de la un profil la altul, de la un smartphone la altul. Fă-ti timp să te asiguri că informaţia citită este adevărată.

Treci de titlu. Citim mare parte dintre articolele care ne trec prin faţa ochilor doar până la titlu, fără să dăm clicul care să ne dezvăluie restul. Î nainte să răspândim la rândul nostru o ştire, avem datoria să o citim în întregime şi să nu ne îneredem în rezumatul alarmant la care se rezumă titlul.

Caută pe Googlc. Ca să demontăm o ştire falsă, avem nevoie întotdeauna de aproximativ cinci secunde. Este exact timpul petrecut căutând titlul pe un browser ca să verificăm că primele rezultate primite nu sunt site-urilc de*fact-checking* sau *debunking*care le controlează veridicitatea. Cele mai redistribuite ştiri false sfârşesc, de fapt, destul de repede, fiind luate în vizor de divulgatori.

Verifică autorul. Toată lumea poate să îşi deschidă site pe internei, dar nu toate site-urilc sunt de încredere. Dacă ajungi să citeşti un portal sau o pagină pe care nu o cunoşti, verifică informaţiile referitoare la moderatori (în secţiunea „Cine suntem” sau sub motoarele de căinare). Dacă nu găseşti nicio informaţie sau prea puţine date, cu siguranţă citeşti un fals. Fii atent şi la URL. Portalurile false imită foarte des numele publicaţiilor importante, dar cu una sau două litere modificate, astfel încât să nu ne dăm seama de diferenţă.

Găseşte sursele. Cine îmi spune că informaţia pe care o citesc este adevărată? Sursele articolului sunt scrise clar şi sunt semnalizate mă-

car printr-un link? Celelalte ziare au acordat la fel de multă atenţie acestei ştiri sau nici nu fac referire la ca? Cu cât sunt mai vagi răspunsurile la aceste întrebări, cu atât mai ridicată este posibilitatea să citeşti o minciună.

Fii atent la emoţii. Fakc news sunt mereu emoţionante şi caută să stârnească în noi furie, indignare sau o emoţie puternică. Când dai peste un titlu care dezlănţuie în tine o reacţie de acest fel. acordă mai multă atcntic materialului citit.

Imaginile nu spun totul. O ştire falsă poate li răspândită sub forma unui text căruia i se alătură o fotografic care ar putea li preluată dintr-o cu totul altă sursă şi ar putea li modificată. Folosind Googlc Imagini sau *reverse search* pe TinEyc.com. poţi descoperi de unde a venit imaginea şi dacă a fost folosită în trecut în alt loc. Aşa descoperi că o fotografic care trece drept mărturie a unui eveniment întâmplat în faţa casei talc este făcută, de fapt. în alt capăt al lumii.

Verifică datele. Dezinformarea nu este bazată întotdeauna pe ştiri false, ci pe poveşti mai vechi scoase la suprafaţă ca să alarmeze lumea şi să dăuneze imaginii cuiva. Investigaţiile Parchetului care se încheie fără dovezi sau declaraţiile mai apoi dezminţite sunt doar câteva exemple de ştiri adevărate, dar depăşite, care provoacă la fel de multe prejudicii ca fake news. Verifică mereu data apariţiei unui articol.

Fii atent la satire. Sigur, realitatea depăşeşte uneori fantezia. Insă un titlu apărut ca o glumă poate li înţeles greşit, iar cititorii ajung să creadă că au în faţă o ştire adevărată. Convinge-te că nu ai de-a face cu un site de umor.

Dacă nu eşti sigur, nu da mai departe. Ai urmat îndeaproape cele nouă porunci, dar a apărut ceva care nu te mai convinge? Foarte bine! Dacă ai dubii, nu da ştirea mai departe şi întoarce-te la prima poruncă. Aşteaptă fără grabă apariţia unor informaţii noi. pentru că asta este cea mai înţeleaptă alegere.

UNDE GĂSESTI CELE MAI BUNE EXEMPLE DE FACT-CHECKING

Cel mai bun mod de a înţelege cum funcţionează metoda *fact-checking* este să o vezi la lucru. Numărul site-urilor care se ocupă cu verificarea informaţiilor s-a mărit în ultimii ani, astfel încât nu mai există nicio ţară în care acestea să nu activeze. O bună calc de a aborda pentru prima dată aceste procedee este chiar accesarea portalului Internaţional Faci-ChcckingNetwork(IFCN), o reţea internaţională de proiecte dedicate practicii, care activează deja de mai mulţi ani. Exact în momentul în care citeşti acest text, 71 de site-uri fac parte din reţea şi alte nouă sunt puse pe lista de aşteptare: din Africa de Sud până în India, din Argentina în Turcia, din Statele Unite până în Germania, exemplele apar din orice colţ al lumii. IFCN reprezintă astăzi un reper al verificării ştirilor graţie parametrilor clari şi stricţi care trebuie respectaţi de cei care vor să facă parte din organizaţie. Part icipanţi lor le sunt cerule explicaţii transparente pentru sursele lor de finanţare şi pentru structura organizaţională, trebuie să garanteze o metodologic unică folosită pentru verificarea fiecărui lip de ştire şi să asigure un remediu rapid şi clar în cazul în care apar erori sau informaţii nou dobândite, iar munca lor trebuie să fie constantă şi deloc întâmplătoare. Este posibil ca aceste cerinţe să pară excesive, dar ele permit înlăturarea oricărui dubiu despre imparţialitatea serviciilor pe care le oferă silc-urilc de *fact-cheiking* şi cresc astfel încrederea cititorilor în informaţiile oferite.

URA A ÎMPÂNZIT INTERNETÜL

HATERII PUN STĂPÂNIRE PE REŢELELE DE SOCIALIZARE

Ura există de la apariţia omului. Definiţiile şi motivaţiile acestui sentiment perfect uman sunt nenumărate: invidie sau teamă de celălalt, metodă de atac a comunităţilor considerate periculoase, prejudiciu la adresa unui lucru pe care nu reuşim să îl înţelegem intru totul. E pură utopie să ne gândim că tocmai ura ar putea să rămână izolată de internei şi de reţelele de socializare. Ce putem face este să încercăm să înţelegem mai bine cum ia amploare acest fenomen odată cu apariţia noilor tehnologii şi cum e posibil să îi facem faţă.

Fiecare discurs al urii de pe internei, numit generic *hate speech,* acţionează pe două niveluri, aşa cum explică jeremy Waldron. profesor în cadrul New York University School of Law, în cercetările sale. Primul nivel este revolta la adresa categorici-iintă, care îşi propune să dezumanizeze şi să umilească alic categorii – susţinând

inferioritatea unei etnii în comparaţie cu alta, ameninţând adcpţii unei religii, diminuând capacităţile femeilor şi aşa mai departe. Al doilea obiectiv este să popularizeze idcca lor către alii oameni cu idei similare, arătându-le astfel că nu sunt singuri, că nu trebuie să se teamă să îşi exprime opiniile şi că există o comunitate care le împărtăşeşte nonsensurile. Precum o boală, ura contaminează şi se extinde prin intermediul canalelor digitale, pe care le foloseşte ca pe un mijloc de transmitere.

Răspândirea sigur nu este văzută cu ochi buni de patronii platformelor. Businessurilc Facebook, Twitter, YouTube şi toate celelalte

reţele de socializare sunt fondate pentru timpul pe care îl petrecem utilizându-le: cu cât c mai lung, cu atât le îmbogăţim depozitul de date personale sau numărul de clicuri pe reclamele pe care ni le furnizează. Nimănui nu îi face plăcere să treacă prin comentariile unei postări atacate de *bateri,* oameni care insultă şi ameninţă. Acesta este şi motivul pentru carc/zrzze *speecb*-|*x*| aduce daune economice pentru giganţii web, care sunt pregătiţi mereu să îl combată, chiar dacă nu obţin întotdeauna rezultate satisfăcătoare.

Termenii şi condiţiile de utilizare ale acestor site-uri – pe care le acceptăm, de multe ori fără să le citim, atunci când creăm un cont nou – interzic explicit orice tip de mesaj care ar putea să jignească sau să discrimineze alti utilizatori sau să incite la acte de violentă. Pedeapsa este în mod normal un *ban*-alungarea definitivă sau temporară de pe reţea. Respectarea regulilor c însă orice, numai uşoară nu. Potrivit unei statistici

recente, la fiecare 60 de secunde sunt postate doarpc Facebook 510 000 de comentarii, 293 000 de actualizări de stare şi 140000 de fotografii. Să te asiguri că nicio informaţie de acest tip nu împrăştie ură este o provocare tehnologică greu de învins, fie

că vorbim despre controlul algoritmilor, fie despre ghidajul oferit de echipele de moderatori în carne şi oase.

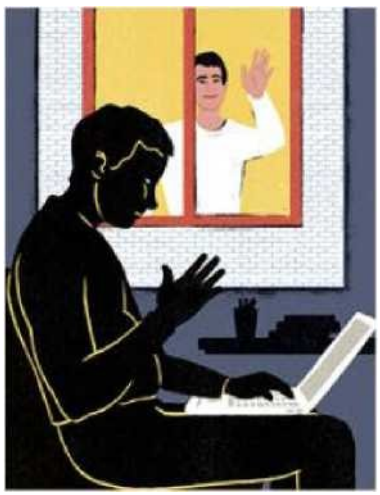
Mai există un aspect la fel de important: combaterea *hale speech-w||x|* trebuie să ţină cont de libertatea de expresie a oamenilor. Să interzici folosirea anumitor termeni sau să ştergi cuvintele altcuiva este un tip de cenzură uneori necesară, dar care nu poale li iniţială intr-un mod superficial sau grăbit. Chiar şi să le oferi unor platforme comerciale cum sunt reţelele de socializare puterea de a hotărî ce se poate spune şi ce nu duce la apariţia unor scenarii preocupate de starea de fapt a dezbaterilor intr-o democraţie. Este necesară, aşadar, vigilenţa şi în această direcţie, care să reziste în faţa tentaţiei de a invoca „poliţia cuvintelor" sau propunerea unor legi restrictive sau liberticide.
Ca să aducă progrese capacităţii de intervenţie rapidă în cazurile mai grave, multe reţele de socializare colaborează la nivel local cu forţele de ordine şi cu asociaţiile active împotriva violenţei virtuale. Asociaţiile, prezente sub diferite nume în orice ţară, sunt primele care promovează programe de educare a modului în care folosim sănătos reţelele. Şi asta se întâmplă pentru că. c important să înţelegem. nu va mai exista niciodată o tehnologie atât de precisă când vine vorba despre înlăturarea violenţei verbale sau o lege atât de bine pusă la punct, încât să îmblânzească leii din spatele tastaturii. Doar cultura şi folosirea corectă a unui instrument atât de puternic ca internetül pol să reducă din toxicitatea mediului digital în care trăim cu toţii.

URA DIGITALĂ DEVINE REALĂ

linul dintre cele mai periculoase mituri care trebuie dezminţite în privinţa urii de pe internei este că reprezintă un fenomen mărginit de graniţele digitale. Este doar o iluzie să te gândeşti că foloseşti reţelele de socializare ca pe nişte supape prin care să evacuezi cele mai rele porniri şi asta să nu aibă nicio consecinţă asupra realităţii înconjurătoare. Au apărut câteva cercetări realizate în mai multe ţări care demonstrează că există o legătură directă între *hate speech* în mediul online şi creşterea violenţelor. Cercetătorii Karsten Müller şi Carlo Schwarz de la Univcrsity of Warwick au descoperit că în Germania, în regiunile unde sunt folosite mai des reţelele de socializare, şi în perioadele electorale care duc ia creşterea propagandei anti-imigraţioniste a partidelor de extrema dreaptă, a fost înregistrată o mărire treptată a cazurilor de violenţă împotriva rcfugiaiilor şi a solicitan- ţilor de azil. Un studiu al I lateLab de la University of Cardiff a strâns timp de opt luni twecturile care conţineau insulte grele cu caracter rasist venite din Londra şi a combinat datele cu infracţiunile comise împotriva minorităţilor etnice şi religioase înregistrate de poliţie. Şi în acest caz a fost semnalată o legătură directă a celor două fenomene. În plus, potrivit cercetătorilor, ar li posibil să prevenim creşterea ratei criminalităţii în mai multe arii prestabilite, dacă am monitoriza cu ajutorul instrumentelor şi algoritmilor potriviţi discursurile pline de ură din mediul online.

CAPITOLUL 13

HATERUL DE CURSĂ LUNGĂ SI HATERUL DIN VECINI



OAMENII CARE URĂSC ÎN MEDIUL DIGITAL SI OBIECTIVELE LOR /

Oamenii care urăsc în mediul digital nu suni lacuţi după acelaşi calapod. Cei care işi descarcă violenta verbală pe reţelele de socializare sau pe alte canale pot 11 împinşi de motivaţii şi obiective diferite. Ne regăsim din nou în faţa unui fenomen vast. Potrivit unui sondaj al Eurobaromctrului din 2016, făcut cu ajutorul locuitorilor din 27 de state europene, trei din patru persoane care foloseau reţelele de socializare au declarat că ascultaseră sau citiseră ameninţări şi atacuri verbale îndreptate împotriva jurnaliştilor, bloggerilor şi altor persoane cunoscute. Cam o jumătate dintre ei au recunoscut

că renunţaseră să participe la discuţii din cauza tonurilor folosite.

în linii mari, există două categorii de *hateri'.* cei spontani şi cei organizaţi. Nu vorbim aici despre două lunii separate şi independente una de cealaltă, ci despre două sfere care se întâlnesc, se alimentează reciproc şi se contaminează.

În categoria *baterilor* organizaţi pol lî incluşi toţi cei care participă sau creează grupuri secrete ca să işi coordoneze astfel atacurile. Un exemplu din această categoric sunt apărătorii unui partid sau susţinătorii unui lider. Când le este comunicat mai mult sau mai puţin explicit un obiectiv, cei din „armata digitală" se ridică împotriva victimei desemnate cu mesaje agresive, ameninţări – *shit storm* (o furtună de critici acide). Vorbim despre o strategie foarte eficientă, fiindcă arc legătură de obicei cu diferenţa dintre adversari. Să ne imaginăm un ministru care atacă un jurnalist, o asociaţie sau un individ care l-au criticat. Ei bine, el arc puterea să stârnească online o mulţime de oameni împotriva lor. Victima poale lupta, dar cu greu, şi se trezeşte singură împotriva unui pluton de execuţie digitală. Campaniile de atac digital se folosesc de oameni adevăraţi, cu nume şi prenume, de profiluri anonime şi de boţi şi sisteme automatizate care, programate cum trebuie, reuşesc să provoace multe daune. Ţelul lor ar putea li pedepsirea vocilor dizidente, pătarea reputaţiei cuiva, intimidarea sau schimbarea opiniei publice asupra unui eveniment (după modelul „când doi iţi spun că eşti beat, du-te şi te culcă"). Există multe exemple de astfel

de campanii: de la *Russian web brigades* (plătite de statul rus pentru orchestrarea turbulenţelor online) şi *50 Cent Ar/ny* (finanţată de Guvernul chinez ca să atace dizidenţii şi să atragă atenţia către discursul preşedintelui) până la susţinătorii cei mai agresivi ai partidelor din Occident, care creează structuri organizate de gherilă digitală. Cum se întâmplă de obicei, toate subiectele ajung din cauza lor în acea zonă gri dintre hărţuire şi calomnie (sancţionate

prin lege) şi libertatea de exprimare (protejată de lege). Având în vedere natura schimbătoare a acestor operaţiuni, e mereu dificil de găsit un singur vinovat.

Mai există şi cealaltă categoric, a *baterilor* spontani, care în viata de zi cu zi muncesc şi se comportă normal, dar care, ajunşi în faţa unei tastaturi, isi revarsă toată furia. Pe scurt, *haterii*(lin vecini. Cei mai mulţi dintre ci devin agresivi din cauza campaniilor mcdiatice care nu se mai opresc sau din cauza prejudecăţilor personale. Printre ci se numără adesea persoanele mai în vârstă sau cele care nu au o cultură vastă a mediului digital. Un exemplu valabil pentru ambele situaţii vine din Italia, unde în anul 2018. preşedintele Scrgio Mattarclla a devenit ţinta atacurilor online din cauza unei hotărâri referitoare la formarea noului Guvern. () femeie în vârstă de 68 de ani i-a scris pe Faccbook: „Ţi-au omorât fratele, ncnoroeitulc! Nu îţi ajunge?" Ea se referea la uciderea unei rude a preşedintelui, comisă de mafia siciliana. După ce a fost localizată de forţele de ordine, femeia şi-a dat scama ce scrisese, parcă trezită din bula ci de ură. Declaraţiile făcute în instanţă seamănă cu manifestul *boierului*incapabil să înţeleagă greutatea propriilor cuvinte: „Am fost influenţată prosteşte. Eu. care sunt mamă, bunică şi o marc iubitoare de animale şi artă. Sunt.
în schimb, impulsivă şi fac parte dintr-o generaţie care nu e formată din genii ale tastaturii."

PE URMA ARMATEI URII

Cine suni *hei ferii.* cum trăiesc, de ce revarsă valuri de ură online şi işi dau scamă ce iac? Asia s-a întrebat fotografii! şi regizorul norvegian Kyrrc Lien, amorul documentarului *Internei Warriors,* din 201 7. După ce a cilii zeci de mii de mesaje rasiste, homolbb cxisle, antisemite şi anti-islamiste, Lien a luai urma unora dintre autorii marcilor şi a petrecut trei ani în jurul lumii ca să ii găsească – din Unit până în Statele Unite, din Norvegia până în Liban şi Rusia. Obiectivul lui a fost să ii cunoască, să le descopere ideile şi să îşi dea scama cameni sunt. Rezultatul anchetei sale, disponibil gratuit pe si ţiei *The Guardian.* este un portret cu mii de aloare sociologică incredibilă. A avut de-a face cu un mu furios pe imigranţi, dar căsătorit cu o femeie de origine thailandcză perechc de rusoaice terorizate de pericolul repr homosexua le distrug patria şi cu un vânzător norvegian c Africa trebu colonizată ca să dispară islamismul, dar care, cunoscut u de origine musulmană, a regretat tot ce scrise

—CAPITOLUL 14 ——

HATERUL DEVENIT CYBER

HĂRŢUIREA A DEPĂŞIT SFERA DIGITALĂ

Bullyingul este o plagă a societăţii noastre şi un simbol al contradicţiilor care o alcătuiesc. Termenul care astăzi ni se pare evident este, de fapt, mult mai recent decât credem. S-a răspândit abia prin anii 1980. gratie unor studii apărute în ţările scandinave. Asta nu înseamnă că mai departe de ultimii 40 de ani fenomenul nu exista, ci dimpotrivă. Şi totuşi, pentru o perioadă îndelungată, părinţii şi profesorii au subestimat problema, considerând total eronat că violenţa între copii este o etapă a creşterii lor şi că adulţii nu trebuie să intervină. Din nefericire, şi în cazul cyberbullyingului există tendinţa de diminuare a gravităţii fenomenului, care nu face decât să producă pagube reale şi de lungă durată.

Să facem un pas în spate şi să clarificăm despre ce vorbim. Bullyingul

„tradiţional” c un act de violenţă intenţională şi repetată de un tânăr de-a lungul timpului, iar aici ne referim mai ales la minori, asupra unui om mai mic decât el sau de aceeaşi vârstă. Violenta este manifestată în trei feluri. Există violenta fizică, începută prin împunsături, palme, pumni, şuturi şi bătăi, care se pol transforma în adevărate ritualuri de tortură (un exemplu este tehnica de simulare a înecului, *u aterboarding,* care arc loc în şcoli şi le este aplicată elevilor nou-veniţi). Mai există violenţa verbală, caracterizată prin insulte şi atribuirea unor porecle ofensatoare, care identifică o caracteristică fizică a victimei (înălţime, masă corporală, culoarea părului, etnie) şi o exploatează în defavoarea ei. Al treilea tip de violenţă este relaţională, caracterizată prin excluziunea din grupuri sau prin răspândirea de bârfe şi zvonuri. În ceeacc priveşte bullyingul tradiţional, toate acestea se întâmplă în locurile frecventate de agresor şi de victimă – la şcoală, la liceu sau la sală.

Multe dintre caracteristicile clasice ale bullyingului se regăsesc şi la cybcrbullying. dar există anumite diferenţe clare. În primul rând, dispare violenţa fizică la propriu: agresorul se foloseşte doar de cea verbală şi relaţională. În loc să fie transmise prin viu grai, se folosesc noi canale de comunicare la distantă: chalurilc, forumurile, reţelele de socializare şi aplicaţiile de mesagerie. Folosind aceste instrumente, dispare condiţia de împărţire a unui teritoriu între agresor şi victimă, cea din urmă putând li găsită în orice loc şi moment. Spre deosebire de şcoală, internetül nu îşi închide niciodată porţile. Agresorul cibernetic poate să folosească şi anonimatul ea să îşi atingă obiectivul sau să acţioneze în secret, lăsând victima complet descoperită. Astfel, ar putea să nu ajungă niciodată să îşi dea seama de cc unii oameni şi-au schimbat comportamentul faţă de ca sau o evită.

Asociaţia englezească Ditch the Labei, care acţionează împotriva hărţuirii, a pornit o cercetare cu 10000 de tineri, rugându-i să întocmească o clasificare a celor mai folosite tehnici de către agresorii cibernetici: trimiterea de mesaje private violente, lansarea de bârfe, comentariile dure lăsate pe profilul sau la poza utilizatorilor, împărtăşirea online de fotografii şi lilmuleţe ruşinoase. Când ajung să dezvăluie informaţii private, profilurile lor sunt raportate moderatorilor de reţea, astfel încât să fie suspendate. Uciderea prezenţei online a cuiva rămâne un act de violentă.

Lunga cazuistică demonstrează[3] că absenţa leziunilor fizice nu transformă cybcrbullvingul în ceva mai puţin periculos, ci doar mai greu de combătut, tocmai pentru că bullvingul şi cyberbullyingul coexistă şi persecută victima şi în persoană, şi digital. Şi din acest motiv merită subliniată importanţa unui ah agent – observatorul. Cele două fenomene se întâmplă constant în prezenţa unor terţi, mai ales pentru că agentul puterii vrea să obţină validare şi atenţie. Modul în care observatorii reacţionează poate avea o marc influenţă asupra situaţiei. Dacă alegem să coalizăm cu agresorul, să tăcem din cauza fricii şi să izolăm victima, doar agravăm situaţia. Dacă denunţăm ce vedem şi îl susţinem pe cel agresat, convingându-l să vorbească despre ce s-a întâmplat, ne oferim ajutorul în găsirea unei soluţii.

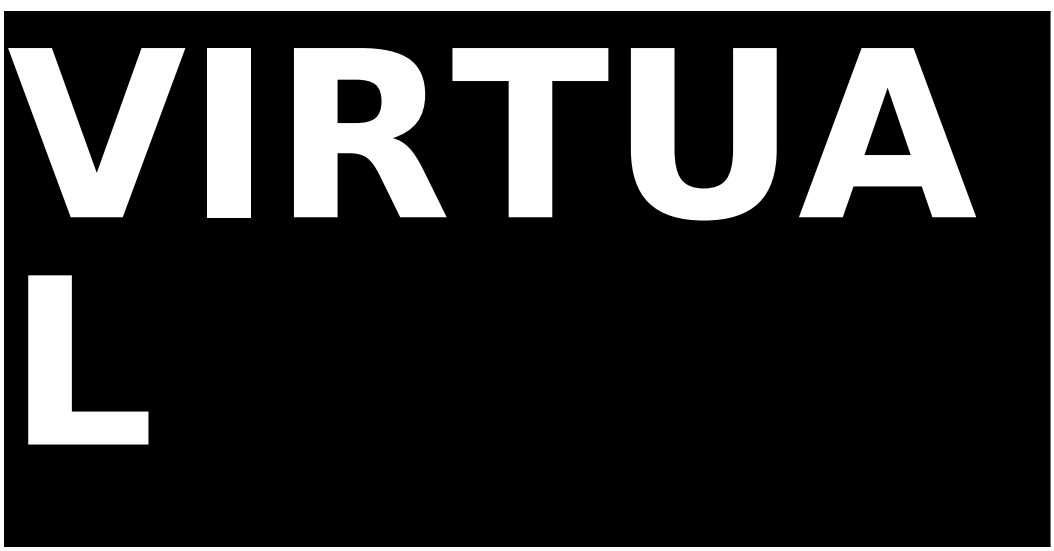
UN COŞMAR PENTRU ÎNTREAGA LUME
r

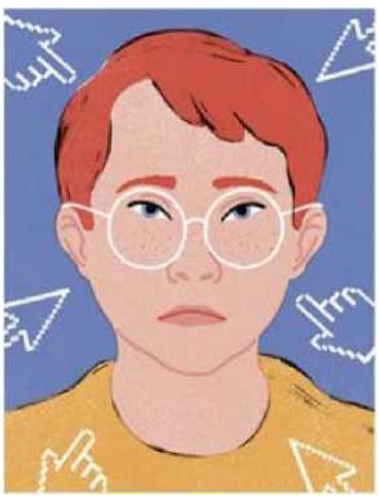
Cyberbullyingul este un fenomen care ia amploare în toată lumea, direct proporţional cu accesul la noile canale de comunicare. Fiindcă este vorba mai degrabă despre o problemă de nişă, ale cărei victime nu denunţă agresiunile din cauza temerii de repercusiuni şi a judecăţii celorlalţi, nu avem dale corecte despre creşterea în importanţă a fenomenului. Intr-o cercetare a Ipsos din 2018. făcută în 28 de ţări, prin intermediul a 20 000 de interviuri, un părinte din cinci a recunoscut că propriul copil este sau căzuse victimă a cybcrbullyingului şi aproximativ unul din trei declara că ştie cazuri de acest gen în comunitatea din care făcea parte. Toate cifrele semnalau o creştere faţă de rezultatele obţinute la aceeaşi cercetare cu şapte ani în urmă. Tot potrivit acestui studiu, canalul preferat folosit pentru agresiunile digitale este reprezentat de reţelele de socializare, folosite în 65% dintre cazuri.

Un studiu interesant al UNICEF din septembrie 20 19 a demonstrat că ne aflăm în toiul unei drame care afectează toate naţiunile, nu doar pe cele cu venituri medii mai semnificative. Cercetarea UNICEF desfăşurată în 30 de ţări din Asia. Africa şi America de Sud a descoperit că, în medie, un copil din trei declară că a trăit pe propria piele bullyingul digital.

CAPITOLUL 15

DAUNELE REALE ALE BULLYINGULUI


VIRTUA
L



CONSECINŢELE CYBERBULLYINGULUI, CARE NU TREBUIE SUBESTIMAT

Astăzi ne stă la dispoziţie o întreagă literatură ştiinţifică referitoare la această plagă socială. Şi totul a apărut gratie atenţiei îndreptate asupra cvbcrbullvingiilui în ultimii ani şi muncii efectuate de asociaţii şi instituţii ca să sensibilizeze opinia publică asupra problemei. Ştim concret efectele pe care le are asupra celor tineri şi dinamicilc prin care se propagă.

Victimele bullyingului şi cvbcrbullyingului se aseamănă atât de mult, încât le putem face un portret-robot. Este vorba despre oamenii atacaţi des pentru anumite trăsături fizice sau estetice, care devin obiectul unor comentarii neplăcute:

înălţime, masă corporală, mici defecte, chiar şi ninsoarea sau culoarea părului. Detaliile nu contează prea mult, dar devin pe loc, din cauza atenţiei agresorului sau găştii lui. unicul element definitoriu al identităţii victimei, plasată într-o poziţie de inferioritate. Fiindcă este vorba despre o alegere arbitrară, înţelegem de ce ar putea un om – poate din cauza timidităţii sau a faptului că nu este perfect integrat intr-un ţesut social – să cadă victimă agresiunii. Mulţi tineri susţin totuşi că devin victime ale cy- bcrbullyingului din cauza hobby-urilor sau intereselor, considerate „greşite”, cum ar fi o persoană care nu practică sporturi, ci preferă activităţile reflexive, ca şahul sau jocurile RPG. Mai există şi violenţa motivată de performanţa academică: şi dacă c peste medie, şi dacă c sub medie, cineva ar putea să cadă pradă atenţiei agresorilor. I n cele din urmă, trebuie să vorbim despre discriminarea adevărată, fie ca etnică, religioasă sau sexuală. Tinerii gay, cei proveniţi din familii cu religii diferite de ale majorităţii sau cei cu handicapuri susţin în multe studii că au devenit victime ale agresiunii în procentaje mult mai ridicate decât colegii de aceeaşi vârstă care nu au astfel de trăsături distincte.

Din cele spuse până acum, ne dăm scama că bullyingul şi varianta lui cibernetică pun în aplicare strategii de violenţă organizată împotriva minorităţilor sau a celor suficient de izolaţi cât să nu se poală apăra. Avem de-a face cu „înfruntări” totalmente asimetrice din punctul de vedere al forţelor puse în joc şi ale căror dinamici sunt absolut previzibile.

Acum, că am stabilit cine sunt victimele, să vedem cine sunt călăii. Cyberbully-ul, precum bully-ul în carne şi oase, acţionează ca să cucerească respectul sau controlul unui

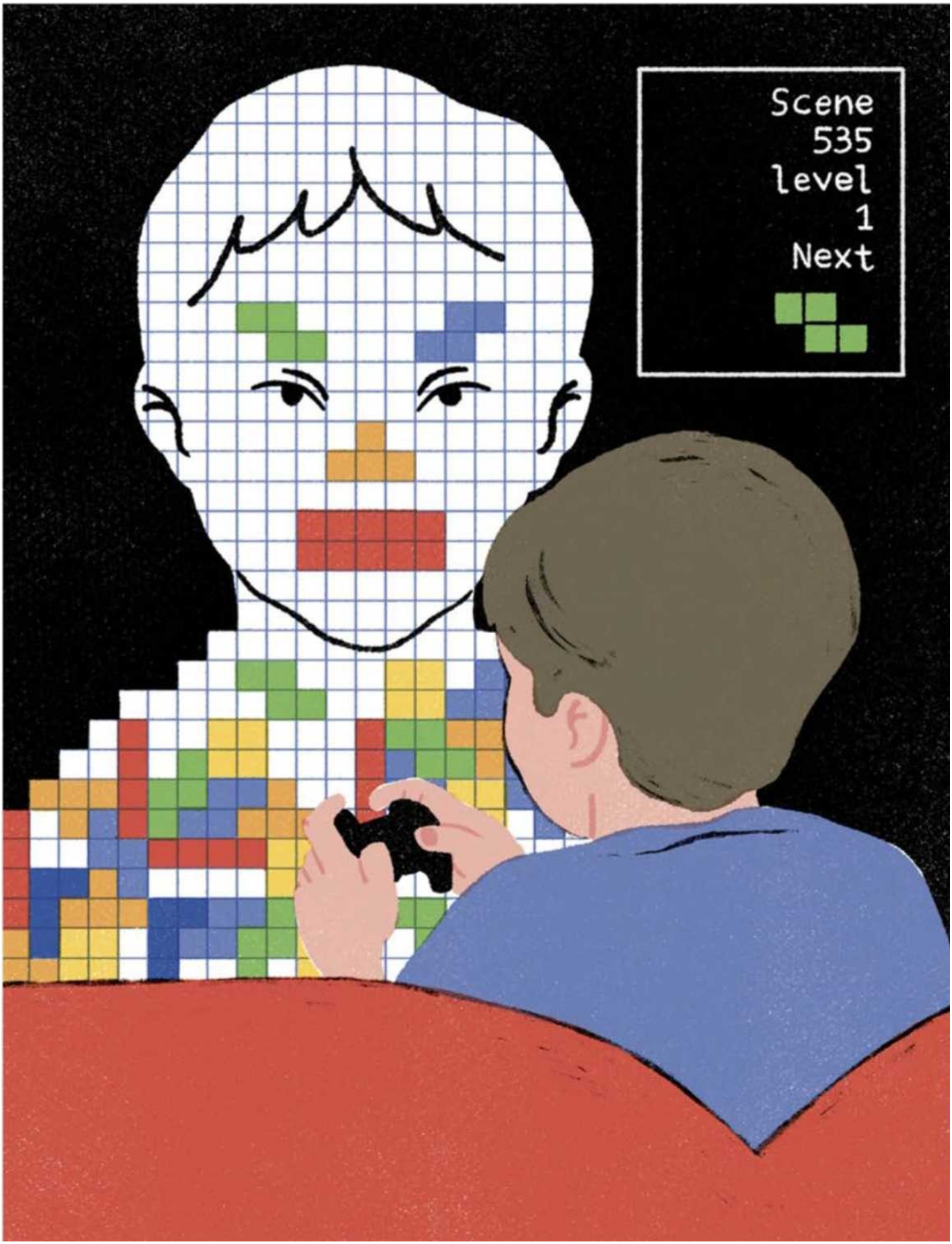
grup, fie el de amici sau colegi, acţionând prin violenţa pe care o exercită asupra altora. Dar există o diferenţă majoră între bullying şi cvbcrbullving – dacă primul este mereu voluntar şi caracterizat de violenţa fizică, al doilea poale avea

loc chiar depăşind intenţia agresorului. O acţiune pornită de la bun început prin limbaj prezintă riscul de a fi prost înţeleasă. O glumă care întrece limita, dar care a fost spusă fără intenţia de a răni sau un comentariu sarcastic prost interpretat pot cauza cam aceleaşi probleme ca o insultă adevărată. Din acest motiv, reacţiile sau lipsa lor din partea observatorilor au o influenţă asupra acestor dinamici şi pot contribui la legitimarea sau dezminţirea lor. Dacă ii trimitem altcuiva un video în care o persoană este luată peste picior, dacă dăm *like* la glumele nesărate, dacă distribuim bârfe onlinc, nu înseamnă că suntem neutri. Şi acestea sunt gesturi care se încadrează în umbrela mai marc a cyberbullyingului. Poale involuntar sau fără să înţelegem, contribuim la producerea unui rău.

Aceste daune nu trebuie subestimate şi merită să fie explicitate şi cunoscute cu lot spectrul lor de gravitate. Studiul de la Ditch thc Labei dezvăluie că o victimă a cyberbullyingului din trei dezvoltă forme de anxietate socială şi depresie, una din zece suferă de tulburări alimentare ca anorexia şi bulimia sau fuge de acasă, iar 8% se refugiază în consumul de alcool şi droguri. Merită să spunem că în cronicile internaţionale nu sunt deloc rare cazurile de suicid în rândul adolcscenţilor, asociate episoadelor de cyberbullying.

RĂZBUNAREA VICTIMEI

Unul dintre obiectivele agresorului este să distrugă stima de sine a victimei, să o facă să se simtă nulă, anihilând-o din punct de vedere psihic. Din păcate, tinerii supuşi acestui lip de „tratament” îşi pierd încrederea şi încep să creadă cu adevărat că sunt nişte rataţi. Asta e o situaţie împotriva căreia merită să te revolţi, cum demonstrează şi povestea care urmează. În facultate, o tânără şi necunoscută artistă din New York a devenit fără voia sa protagonista unui grup de Facebook secret cu titlul „Ştefani Germanotta, nu o să Iii niciodată faimoasă”, alături de care se alia o poză a sa, însoţită de o cruce neagră, pe care scria „fără talent”. Doisprezece tineri din grup distribuiau gânduri sau fotografii cu Ştefani, cărora le alăturau remarci usturătoare despre cât de disperată după atenţie era Germanotta. insultând-o gratuit. Acea Ştefani Germanotta c cunoscută astăzi ca Lady Gaga şi e una dintre cele mai faimoase cântăreţe din lume, cu vânzări de 28 de milioane de albume şi 157de milioane de singlc-uri. Ea a încasat mai mult de jumătate de miliard de dolari numai din concerte, a câştigai un Oscar, 1 1 premii Grammy, două Globuri de Aur. 13 MTV Video Music Awards şi 13 intrări în Cartea Recordurilor. Nu c o răzbunare prea rea pentru o fată care „nu va deveni niciodată faimoasă”.


Scene
535
level
1
Next

UN JOC MAI PUȚIN AMUZANT

AGRESORII AU INVADAT PÂNĂ ŞI JOCURILE VIDEO

Stereotipul victimei bullvingului este imaginea unui copil cu ochelari imenşi şi o pasiune pentru jocurile video. Chiar acum, când bullvingului tradiţional i se alătură cel cibernetic, nu c de mirare că unul dintre locurile virtuale în care acţionează violent această plagă este chiar lumea jocurilor video.

Răspândirea conexiunii rapide la internei a făcut accesibilă şi simplă conectarea la jocurile online. Numărul de jocuri care presupun prezenţa mai multor jucători c practic infinit. Chiar şi calitatea şi varietatea jocurilor au crescut de-a lungul timpului, susţinând o afacere cu rate de creştere dintre cele mai stabile din sectorul de divertisment.

Producţiile care dau dependenţă, precum Fortuite, Ovcrwatch şi

Apex Legends, saga istorice de tipul Caii of Duty şi Battlcficld sau mai elaborate, ca League of Legends şi Dota 2, sunt doar câteva dintre jocurile video capabile să strângă milioane de jucători de pe tot globul. Şi, cum se întâmplă de obicei, unde c multă lume există şi indivizi care îşi folosesc timpul nu ca să se distreze sau să elimine adversarii, ci ca să le distrugă viciile. Potrivit unei cercetări englezeşti. un sfert dintre tinerii care spun că au căzut victime bullyingului online se referă la terenurile dejoacă virtuale.

Cyberbullyingul are forme diferite. Să luăm drept exemplu jocurile cu împuşcături *(s/iooter),* în care personajele suni (loiale cu arme de foc. jucătorii pot să concureze unii împotriva celorlalţi sau să fie impărtiii pe echipe, care să fie ghidate vocal prin chat, ca adevărate formaţiuni militare. Acţiunea sub adrenalină pe de o parte şi spiritul machist din unele comunităţi de *yanten*pc de alta se transformă adesea în teatrul celor mai rele izbucniri, în care insultele şi ameninţările devin o normalitate. Un studiu al Universily of Ohio din 2013 a analizat comportamentul *nudtiplayer'Â* Halo 3 pentru Xbox. Intr-un caz, cercetătorii au folosit o voce feminină ca să se prezinte jucătorilor; în celălalt caz, una masculină. A reieşit că era de ajuns o voce de femeie ca să primeşti de trei ori mai multe insulte. Uneori, un simplu „la revedere tuturor" era urmat îndeaproape de un „taci dracului, panaramă". Şi asta complet gramil. Studii ulterioare au găsii o corelaţie între insulte şi rezultatele mai proaste în joc. A rezultat că jucătorii cu rezultate mai slabe şi mai frustraţi erau mai predispuşi să spună cuvinte dure, sperând să ascundă astfel rezultatele lor mediocre. Femeile sunt principalele victime ale cyberbullyingului şi pentru că sunt percepute ca un element straniu. Statisticile ne spun că jucătorii *hardeore,* care petrec mai mult timp în faţa ecranelor sau consolei, sunt, în mare pane, bărbaţi. Prin competiţiile de jocuri

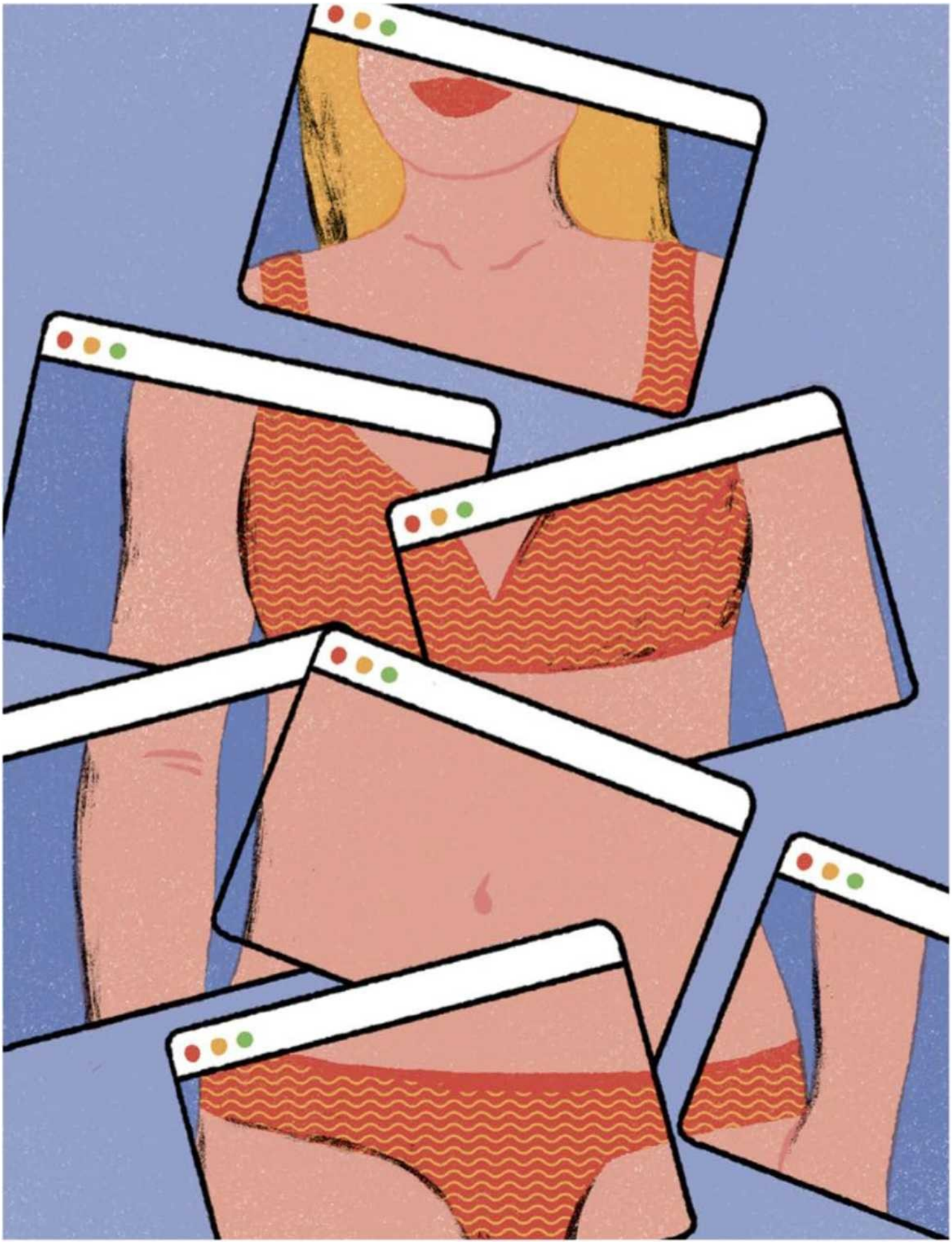
eSpons

primim şi confirmarea: printre primii 500 de jucători profesionişti cu premii câştigate există o singură femeie, mai jos de locul 300. Tendinţele machisic se citesc, din nefericire, şi în insultele homofobc şi rasiste de pe chaturile şi forumurile din acest sector.

Fenomenul de bullying în jocurile video este, din păcate, atât de răspândit, încât până şi producătorii ii fac fată cu greu. Asta se întâmplă şi pentru că, o bună bucată de tini]), ei au subestimat sau au pretins că nu văd problema tocmai ca să nu piardă o marc pane a publicului lor – exact cea fanatică şi fidelă. Toate producţiile din ziua de azi au şi instrumente care să semnaleze comportamentele nepotrivite, fiind adeseori insolite de algoritmi automaţi care încearcă să protejeze pe oricine îşi doreşte pur şi simplu să se distreze. Suntem departe de a avea o soluţie şi vedem asta chiar din faptul că a apărut un termen specific care să identifice agresorii în jocuri – *griefer. Cneferu swwi* exact cei care încearcă să distrugă experienţa altora, atacându-i fără motiv sau făcându-le viaţa un calvar, cu intervenţii constante care să deranjeze. Nici măcar între pLxcli şi grafica tridimensională nu există pace.

JOCUL VIDEO APRECIAT PÂNĂ SI DE VATICANr

Când ne gândim la jocurile video, probabil nu le asociem de prima dată cu Vaticanul şi Biserica Catolică. Cu toate acestea, problema cyberbullyingukii din jocurile video nu a lăsat indiferentă nici măcar lumea ecleziastică. În noiembrie 2019, părintele iezuit Robert Ballccer, supranumit „iezuitul digital”, consilier pentru noua evanghelizare a Sfântului Scaun, a deschis primul server al Vaticanului dedicat jocului Minccrali. după ce a cerut sfatul celor peste 20 000 de urmăritori de pe Twitter. Unul dintre cele mai vândute titluri din istoric, Minccrali se numără printre cele mai folosite jocuri pe consolă şi platformă. în acest joc. participând din întreaga lume pot colabora ca să modeleze tot ce îi înconjoară, cub după cub. „Vreau să le ofer oamenilor un spaţiu care să fie mai puţin toxic, în care să îi invit pe cei care îşi doresc să fie creativi, şi să creez un mediu în care toţi să se poală exprima şi să apară legături între membri”, a explicat Ballccer într-un interviu. Serverul de Minccrali nu este rezervat doar creştinilor şi catolicilor fideli. Pot să îl acceseze toţi oamenii, dar să respecte regulile convieţuirii civilizate. În caz contrar, sunt alungaţi.

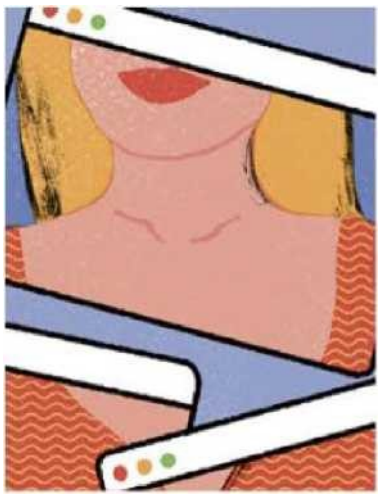


CAPITOLUL 17

ATACUL INTIMITĂŢII: DOXING SI REVENGE

r

PORN



CELE MAI INTIME DATE ALE NOASTRE SUNT ÎN PERICOL

Este foarte periculos să scoţi la iveală un adevăr incomod. Asta a aliat pe pielea ci Anila Sarkccsian. jurnalistă şi critic media, autoare a câtorva lilmuleţe apărute în 2012 care arătau că imaginarul jocurilor video e profund sexist. însă munca ei nu a fost apreciată de o parte a comunităţii degr/wr/z – incapabili să admită existenta unei probleme referitoare la sexism în sectorul lor de activitate. Şi aşa a ajuns Sarkcesian victimă pe reţelele de socializare, liindu-i adresate multe tipuri de ameninţări, insulte şi agresiuni. A devenit ţinta unei practici numite *doxing.* Este vorba despre un neologism derivat din englezescul *docs* (documente), care

constă în divulgarea online a unor informaţii private: loc de muncă, salariu sau. în cazul jurnalistei, adresa personală.
Do.iingid din toate punctele de vedere, un lip de cyberbullying folosit pe post de vendetă sau pentru intimidarea jurnaliştilor şi adversarilor politici. Informaţiile şi datele confidenţiale dezvăluite pot. de fapt, să pună în pericol siguranţa victimei şi ii compromit reputaţia. Un studiu al New York Universitj Tandon School ofEnginecring cu peste 5 ()()() de respondenti a arătat că. în 90% dintre cazuri, este aliată adresa victimei şi, în jumătate dintre ele. numărul de telefon sau e-mailul. Nu lipseşte, deşi este mai rar întâlnită, răspândirea de informaţii ca dalele bancare, asigurarea socială sau situaţia financiară.

Practica *dopinguluis*-a născut odată cu internetül şi a fost răspândită iniţial ea formă de luptă digitală intre grupări de hackeri care se provocau unul pe celălalt să descopere informaţii despre rivali, ea apoi să le afişeze ca pe o pradă de război. Insă expunerea dalelor private nu este întotdeauna motivată de internii rele şi există chiar o dezbatere despre posibilitatea apariţiei unui *doping etic,* folosit ca strategic eu scop nobil, precum demascarea cuiva care comite un delict – dezvăluirea identităţii unui *hátér* anonim, de exemplu.
Graniţa dintre cele două lumi este insă foarte subţire şi chiar şi cele
mai bune intenţii pot provoca dezastre. În anul 2013, comunitatea Rcddit a încercat să descopere cine fusese atacatorul de la maratonul din Boston (care a provocat moartea a trei persoane şi rănirea a peste 250), considerând

că l-au identificat cu ajutorul câtorva fotografii preluate de pe camerele amplasate la locul atentatului. Numele suspectului devine cunoscut public – un băiat dispărut de acasă de câteva săptămâni, pe care îl căutau părinţii. Identificarea a fost confirmată de mai mulţi jurnalişti, dar s-a dovedit complet greşită: tânărul, care suferea din cauza depresiei, a fost găsit mort, probabil în urma unui suicid. Părinţii lui au fost însă expuşi mai multe zile la rând atacurilor şi ameninţărilor venite din cauza presupuselor fapte ale fiului.

O categorie separată de *doxing* mai este şi *revengepom.* adică difuzarea unor materiale intime ale cuiva fără permisiunea sau cunoştinţa acestuia, cum ar fi fotografiile care conţin nuditate sau scene explicite de sex. Numele termenului are legătură cu „vendeta” care motivează o mare parte dintre aceste acţiuni. Victimele sunt aproape exclusiv femei, iar călăii lor sunt foştii soţi sau parteneri care intenţionează să le distrugă reputaţia după încheierea relaţiei; chiar şi multe vedete au trecui prin proba făcută de *revengepom.* La fel ca în cazul *doxingidui,* vorbim despre o activitate pedepsită prin lege, iar în multe ţări au fost create norme severe care să o combată.

Din nefericire, legile nu au oprit răspândirea practicii şi, în unele cazuri, fenomenul a dus chiar la sinuciderea victimelor devenite faimoase împotriva voinţei lor. Canalele pe care sunt difuzate astfel de materiale au diverse forme şi variază de la aplicaţiile de mesagerie (care permit distribuirea lilmulcţclor în cercul de prieteni sau printre cunoscuţii victimei) până la portaluri dedicate, care protejează identitatea celui care încarcă materialul. Site-urile suni apoi frecventate de utilizatorii dispuşi chiar să plătească pentru fotografii şi video-uri pornografice, distribuite fără ştirea protagonistei. Este alimentată astfel o afacere oribilă, care le garantează celor Iară scrupule încasări făcute pe spinarea victimelor.

ÎŢI TRIMIT POLIŢIA LA UŞĂ

Cât de periculoase sunt *clovingul* şi dezvăluirea adresei cuiva o demonstrează un fenomen apărut drept consecinţă imediată – *suattingul.* Termenul provine din cuvântul SWAT, echipajul special de politie din Statele Unite, şi indică practica de alarmare a forţelor de ordine printr-o ameninţare inventată, făcându-le astfel să meargă până la casa cuiva. Deşi pare o glumă nevinovată, vorbim despre un fenomen care nu trebuie subestimat. Să ne aducem aminte tragedia întâmplată în anul 2017 la Wichita, în Kansas. Un apel către poliţie a denunţat o sechestrare de oameni în casa cuiva, iar echipa de intervenţie a mers la faţa locului, impuşcând şi omorând un bărbat. SWAT-ul fusese păcălit de Tyler Barriss din Los Angeles (situat la peste 2 000 de kilometri depărtare de Wichita), care inventase toată povestea ca să se răzbune în urma unei dispute născute intr-un joc video. Barriss sunase la numărul de urgenţă, p re făcând u-se că era răufăcătorul aliat pe punctul de a da foc casei cu ostaticii înăuntru, punându-i poliţiei la dispoziţie adresa celui pe care îl voia pedepsit şi provocând astfel moartea unui om complet nevinovat. Barriss folosise deja *suattingu/* şi alarmele false cu bombă de zeci de ori şi a fost condamnat la 20 de ani de închisoare. Chiar şi când nu provoacă moartea cuiva, practica este ilegală. În unele ţări, fapta este văzută ca o infracţiune în sine, iar în altele intră oricum în cazuistica raportării false şi a obsirucţionării legii.

CAPITOLUL 18 —■—■

CUM SĂÎNFRÂNGI UN

CYBERBULLY

RECUNOAŞTEREA ŞI COMBATEREA BULLYINGULUI DIGITAL

linul dintre riscurile cybcrbullyingului este că agresorul nu este nici măcar avertizat sau denunţat. Victima rămâne, de fapt. în tăcere, fiindcă se simte izolată sau nu arc încredere în faptul că alţii i-ar putea sări în ajutor. Mai există şi terţii care preferă să nu intervină din cauza fricii de repercusiuni sau care nu îşi dau scama ce se întâmplă. Aşa că iată câteva sugestii ca să recunoşti şi să combaţi eficient cybcrbullyingul, să te alături victimei sau unei persoane care o cunoaşte.

Importanţa prevenţiei

Învaţă să foloseşti corect instrumentele digitale. Nu trebuie demonizate, ci folosite responsabil, ca să ne dezvăluie pericolele.
Nu trimite şi nu distribui sub nicio formă fotografii sau alte informaţii private, care ar putea li folosite într-o zi ca armă împotriva

ta, mai ales dacă vorbim despre conţinuturile sexuale.

Protejeaza-ţi intimitatea online alegând parole sigure, refuzând cererile venite din partea necunoscuţilor. limitând numărul de oameni care să ajungă la paginile talc.

Nti încuraja şi nu distribui conversaţii menite să facă rău cnh a.

Nu te lăsa provocat online. De multe ori. asta îşi doreşte cybcrbully-ul. E mai bine să aştepţi şi să cumpăneşti cum să răspunzi la o provocare. În cele mai multe cazuri, c mai înţelept să nu răspunzi.

Ce să faci dacă ai devenit victima cybcrbullyingului

Blochează agresorii. Toate aplicaţiile de mesagerie şi reţelele de socializare sunt prevăzute cu instrumente care să împiedice oamenii să îţi trimită mesaje sau să vadă ce publici. Totodată, platformele îţi permit să „raportezi" comportamentele nepotrivite şi să contribui astfel la închiderea conturilor agresorilor.

Vorbeşte cu părinţii sau cu profesorii. În plus, dacă c necesar, cu psihologii, medicii de familie sau cu numerele de urgenţă. Există mulţi oameni care au pregătire specializată exact ca să combată acest fenomen.

Acceptă ajutor din exterior. Din păcate, unii cred că îşi pot rezolva problemele singuri sau că „nu merită să toarne" agresorul. Se înşală. E mai mult decât util să caute sprijinul oamenilor pe care i-am menţionat mai devreme.

Documentează ce se întâmplă salvând mesajele şi făcând *screenshoturi* când eşti insultat sau ameninţai din senin, chiar dacă c un ₜ efort în plus. Dovezile îţi vor fi ₅ mile ca să demonstrezi ce se întâmplă. **Denunţă cele întâmplate.** Dacă e necesar, fă asta cu ajutorul unui adult, fiindcă fapta poate li semnalată forţelor de

ordine. Cybcrbullyingul, ca orice act de violenţă, c o infracţiune pedepsită

prin lege în majoritatea ţărilor. De altfel, există planuri promovate de instituţiile stalului de sensibilizare a opiniei publice şi de combatere a fenomenului.

Ce să faci în cazul în care cineva cunoscut este victimă a cybcrbullyingului

Primul pas este să înţelegi că o persoană a căzut victimă cybcr-bulhingului. Chiar dacă nu am asistat la niciun episod de acest fel, există câteva semnale care ar trebui să ne trezească atenţia: folosirea în exces sau deloc a dispozitivelor de comunicare, închiderea conturilor. pierderea interesului, apatia, depresia.

Când apar aceste semnale, trebuie să investigăm temeinic, adresându-i întrebări celui vizat şi încercând să reconstruim cu precizie scenariul întâmplării.

Dacă este vorba despre eyberbullying, trebuie să documentăm întâmplarea cât mai exact, ca să avem probe mai târziu: un bun exemplu sunt *screenshoturi* cu mesajele, salvarea linkurilor cu subiecte şi conversaţii mai delicate.

Reclamă ce se întâmplă în faţa oamenilor compclcnţi: cadrelor didactice dacă este implicată şi şcoala, platformei de socializare prin mijloacele prevăzute de avertizare, forţelor de ordine dacă e deja vorba despre consecinţe majore.

Sprijină victima, arătându-ţi deschiderea spre a asculta cele întâmplate fără să o învinuieşti vreodată şi intervenind în favoarea sa în discuţiile digitale în care este agresată.

CERCUL VICIOS AL VIOLENTEI

Bullvingul şi cyberbullyingul pot fi comparate, în anumite privinţe, cu o boală: provoacă durere şi sunt „contagioase”. Există chiar probabilitatea ca victimele acestei plăgi să devină. la rândul lor, violente. Un studiu al American Acadcmy of Pediatrics din 201 6, făcut cu ajutorul unui eşantion de tineri cu vârstele cuprinse între 10 şi I 7 ani, a descoperit că mai mult de un tânăr din trei care trecuseră printr-un episod de bullying tradiţional sau de cybcrbullyingse exprima apoi prin comportamente agresive: insulte verbale, agresiuni fizice, vandalizarc. În multe cazuri, victimele învaţă pe propria piele tehnicile hărţuirii digitale tocmai din cyberbullyingşi le folosesc, la rândul lor. asupra altor oameni. Ele dau naştere astfel unor lanţuri de evenimente care, ca un bulgăre de zăpadă care se rostogoleşte de pe munte, se transformă pas cu pas într-o avalanşă de ură. În plus, conlagicrea celor despre care vorbim nu se opreşte la dinamica dintre victimă şi călău, ci priveşte şi spectatorii – cei care asistă fără să reacţioneze în vreun fel. Aceste persoane trăiesc într-o stare de frică şi anxietate socială care, de multe ori. îi formează în spiritul indiferenţei şi al lipsei de empatie pentru cei cărora li se întâmplă nedreptăţi – un ah efect colateral la fel de îngrijorător al diferitelor forme de bullying.

DICŢIONAR
r

Fake news. Ştiri false, adeseori minciuni, eare se răspândesc prin intermediul mijloacelor de informare sau al aplicaţiilor de mesagerie. Create ca să afecteze adversarii, ea sursă de îmbogăţire sau dintr-o glumă, fake news există de mai multă vreme decât internetül. Insă, odată cu apariţia reţelelor de socializare, au găsit un nou şi mai puternic canal de propagare.

Post-truth. Tradus şi ca post-adevăr – dincolo de adevăr –, se referă la o expresie născută în anii '90 şi intrată în uz abia în ultimii cinci ani. Arată condiţia în care veridicitatea unei afirmaţii cade pe locul al doilea şi e mai puţin relevantă într-o dezbatere dominată de ştiri bazate pe emoţii şi convingeri personale, chiar dacă nu se ştie dacă sunt credibile sau nu.

Mis-inforniation, dis-information şi mal-iniorination. Trei categorii de „tulburări informative" teoretizate de Claire Wardle ca să depăşească definiţia clasică a fake news. *Mis-information* se verifică atunci când o ştire falsă este emisă Iară intenţii negative, ci din cauza unor neînţelegeri sau din grabă. *Dis information* subsumează ştirile inventate ad-hoc ca să afecteze imaginea unor indivizi sau organizaţii. *Mal-information* are un sâmbure de adevăr, însă este creată lot ca să denigreze pe cineva.

Clickbait. înseamnă „momit de clic" şi constă în încercarea de „prindere în cârlig" a atenţiei cititorilor de pe internet cu ajutorul titlurilor ambigue, alarmante, scnzaţionalistc şi înşelătoare. Este o

tehnică folosită de multe site-uri, cu obiectivul de a păcăli un număr marc de oameni să apese pe linkurilc cu ştiri, făcând astfel autorul să câştige bani de pe urma reclamelor de pe site.

Facl-chccking. Constă în verificarea autenticităţii afirmaţiilor făcute de personajele publice şi politice. Se alia la baza profesiei de jurnalist şi este scopul activităţii de cercetare întreprinse de anumite bloguri şi site-uri dedicate. Este vorba despre un domeniu legat de lumea informaţiei, aliat în plină creştere alături de **debunking.** care îşi propune să demonteze, prin intermediul probelor şi ştirilor adevărate, fakc news şi legende urbane răspândite sau relansate pe reţelele de socializare.

Edio chanibcrs. „Camerele de rezonanţă" sunt o metaforă care explică în ce fel se răspândesc informaţiile când sunt repetate intr-un mediu închis (un cere de prieteni, o reţea de socializare). Rcfolosirea sloganurilor politice, falsurile relansate Iară să fie dezminţite de cineva. opiniile pe care le citim pentru că sunt scrise de cineva care gândeşte ca noi sunt exemplificări ale fenomenului care se încheie prin întărirea convingerilor de la care am plecat. Algoritmii reţelelor de socializare urmăresc să întărească ecoul camerelor de rezonanţă, pro- punându-ne doar conţinuturi care să ne fie pe plac.

Dccpfakc. Filmuleţc create de softwarc-uri care exploatează inteligenţa artificială şi manipulează imaginile ca să suprapună chipul

cuiva peste al unui actor. Majoritatea producţiilor *deepjake* conţin

scene sexuale şi au ca protagonişti staruri de cinema sau din domeniul muzical, „introduse” în clipurile pornografice fără ştirea lor.

Hale speech. Incitarea la ură. mai precis folosirea frazelor violente în public şi pe reţelele de socializare eu obiectivul de a încuraja intoleranta şi violenta împotriva cuiva, a unui grup etnic sau a unei categorii sociale. Poate să cuprindă şi ameninţări fizice sau chiar cu moartea. Utilizatorii acestui lip de discurs sunt numiţi *hateri.*

Ca herbul h. Agresorul care foloseşte instrumentele pe care i le oferă digitalul: conexiune la internei, reţele de socializare, aplicaţii de mesagerie. Spre deosebire de bully-ul tradiţional, cybcrbullv-ul evită violenta fizică. în schimb o foloseşte pe cea verbală (insulte, bârfe, ofense, porecle) şi pe cea relaţională (izolarea victimei de grup). Cvbcrbullv-ul poale ataca direct sau acţiona din umbră ca să distrugă reputaţia victimei, coalizând cu alţii împotriva sa. Când agresorul acţionează prin intermediul jocurilor video dorind să strice experienţa altor jucători, el se numeşte *griefer.*

LECTURI RECOMANDATE

Temele pe care le-am abordat în aeeastă earle sunt ample, adeseori complexe şi se află în atenţia presei şi a comunităţii ştiinţifice. Să le pierzi printre numeroasele surse disponibile este, aşadar, destul de uşor şi un ghid ar putea li util fie pentru a cunoaşte ultimele apariţii din domeniu, lie pentru a rămâne informai cu privire la noile tabere care intră în discuţie.

În ceea ce priveşte fake news, nu putem rămâne indiferenţi faţă de munca lui **Claire Wardlc,** directoarea ONG-uhii First Draft şi autoarea studiului „Information Disorder", una dintre cele mai profunde şi mai atente lucrări despre fenomenul dezinformării, care este capabilă să traseze o linie clară între mecanismele şi agenţii producţiei şi răspândirii informaţiilor neadevărate şi care încearcă să propună soluţii pentru a demonstra şi îndepărta problema, imaginându-şi posibile scenarii viitoare. Raportul de **110** pagini, „Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Rcscarch aud Policy Making", poate fi consultat gratuit pe sitc-ul Consiliului Europei, la adresa eoe.ini/cn/wcb/frecdom-cxprcssion/information-disordcr.

Chiar şi sitc-ul celor de la **First Draft –** lirsidraflncws.org-, disponibil în cinci limbi străine, merită pus pe lista cu favorite, mai ales de cei interesaţi să profeseze în jurnalism. La rubrica „Training" sunt disponibile mai multe cursuri cu tot cu ilustraţii video, care îşi propun să ofere instrumentele şi sfaturile necesare pentru

verificarea ştirilor din mediul online.

Toi în sfera tematicii fakc ncws intră şi una dintre cele mai docil-
mentale arhive, aceea a site-ului *tejâct-c/iecking* american **Snopes,** apărut în 1994. care este capabil să recunoască zeci de mii de minciuni (recunoscute şi ca „braşoave") împărţite pe categorii şi tipuri, la adresa snopes.com/archivc.

Pentru cine caută materiale în limba maternă, sugestia mea c să viziteze portalul **Internaţional Fact-Cliccking Nebvork,** consorţiu care reuneşte cele mai bune publicaţii din lume dedicate *faci-checkinguliii.* şi să îşi caute conaţionalii care au aderat la această iniţiativă. Găseşti mai multe informaţii la adresa ifcncodcofprinci-plcs.povmcr.org/signatorics.

Pentru o sursă ceva mai istorică, există**TlieMuseum oi i loaxes,** spaţiu onlinc gândit ca un adevărat muzeu, care conţine mii de minciuni şi legende urbane devenite faimoase în diferite perioade istorice, din Evul Mediu până în prezent. Poate li accesat la adresa hoaxes.org.

Problema//«zm/or şi *& hatespeechului* la baza unui proiect ambiţios iniţial de **Convenţia pentru prevenirea şi reprimarea crimei de genocid.** Regulile operaţiunii de combatere a fenomenului, considerat de ONU „precursorul crimelor atroce din ultimii 65 de ani, printre care se numără şi epurările cinice din Rwanda, Bosnia şi Cambodgia" pol li găsite (traduse în şase limbi) la adresa un.org/cn/genocideprevention/hate-speech-strategy.shtml. Ele demonstrează

LECTURI RECOMANDATE

că până şi insultele aruncate pe reţelele de socializare, citate explicit în raportul ONU, pot deveni prima verigă a unei tragedii la scară globală.

Pentru cine vrea să aprofundeze subiectul cvbcrbullvingului. dinamica dintre fenomen şi principalele metode de a-l combate, resursele cele mai bune sunt furnizate de programele finanţate de Guvern şi instituţiile statului. Un prim pas poate li vizitarea sitenlui pus la punct de instituţiile şi forţele de ordine din propria ţară. La nivel internaţional, merită făcută o vizită la programul american **slopbiillying. gov,** structurat într-o manieră simplă, ca să le ofere informaţii utile victimelor bullyinguhii şi cybcrbullvingului, profesorilor şi părinţilor sau celor care asistă la astfel de scene. Printre cele mai interesante materiale sunt trimiterile făcute la cercetările care explică efectele diferitelor forme de bnllying asupra celor mai mici şi strategiile cele mai bune de prevenţie a problemelor.

DESPRE AUTOR SI ILUSTRATOARE

Mauro Miinafb s-a născut în provincia Messina şi a urmat ştiinţele comunicării şi jurnalismul la Universită elegii Studi di Padova şi la Instituto „Carlo de Martino” din Milano. Este jurnalist la săptămânalul italian *L Espresso* din anul 2013. Anchetele pe care le-a făcut în ultimii ani au acoperit subiecte politice, din sfera digitală şi au analizat felul în care folosim reţelele de socializare pentru comunicarea electorală. A colaborat şi cu publicaţii precum *Repubblica, Wired*sau.$b/rJ?-7 <9/r. În timpul liber administrează blogul „II Pacsc chc nou ama” şi pagina de Faccbookcu acelaşi nume.

Marta Pantako este considerată una dintre cele mai interesante voci din rândul ilustratorilor italieni. Prima ci carte, C/itzo *cîao giocattoli,* apărută în 2016, a câştigat premiul Silcnt Book Contest. De atunci, lucrează cu unii dintre cei mai importanţi editori şi cu unele dintre cele mai importante publicaţii din Italia şi din lume, printre care *The \eic York Limes, kt Repubblica, La Stampa, Cartiere della Sera, ()recchio Acerba, DeAgostinisx Feltrinelli.*